

**EVALUACIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO CON
LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EDUCATIVO QUE LA UNIVERSIDAD DEL
VALLE SEDE PALMIRA OFRECE CON SU PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2012.**

ADRIANA MARIA HERNANDEZ ROJAS

SAMIR LEANDRO CASTILLO GARCIA

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PALMIRA 2012**

**EVALUACIÓN DEL GRADO DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EXTERNO CON
LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO EDUCATIVO QUE LA UNIVERSIDAD DEL
VALLE SEDE PALMIRA OFRECE CON SU PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS DURANTE EL PRIMER SEMESTRE DEL 2012.**

ADRIANA MARIA HERNANDEZ ROJAS

SAMIR LEANDRO CASTILLO GARCIA

**Trabajo de Grado presentado como requisito
para optar al título de Administrador de Empresas**

Director

Psicólogo, Víctor Hugo Leal

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PALMIRA 2012**

DEDICATORIAS

A DIOS.

Porque el siempre habita en mi alma, cuerpo y mente, él es quien siempre me acompaña en todos los momentos de mi vida, permitiéndome conseguir todo lo que me he propuesto.

A MI MADRE MAGNOLIA GARCÍA MAZO

Porque fue ella quien confió en mí desde que inicie esta travesía y aun sigue apoyándome en todo lo que hago, también porque ella es el epicentro de motivación, energía, amor, perseverancia, resistencia y ejemplo.

A MI ABUELA MARÍA FABIOLA MAZO GARCÍA

Quien me enseñó y aconsejó a que nunca me diera por vencido, que siempre soñara, pues este es el único método de ser exitoso.

A MIS HERMANOS LEIVY TATIANA CASTILLO GARCÍA Y LUIS JAVIER MAZO GARCÍA

Quienes a través de su amor me contagiaron de motivación y perseverancia para superar aquellos momentos en los que creí desfallecer

A MÍ QUERIDA Y ADORADA ESPOSA JENNY MARCELA BONILLA CLAVIJO

Quién con sus pensamientos y actos me permitieron ver mis errores y me ayudó a mejorar cada día como persona y como profesional, además me enseñó que uno puede cambiar y amoldarse a cualquier situación.

A MI FUTURO Y AMADO HIJO JUAN MARTÍN CASTILLO BONILLA

Quién es el motor de mi vida, porque por primera vez me dio el panorama de cómo sería mi futuro al lado de una familia.

A MI AMIGA ADRIANA MARIA HERNANDEZ ROJAS

Quién con su paciencia, humildad, sinceridad, amistad me comprendió y siempre me aconsejo y en donde pude encontrar alguien incondicional.

Samir Leandro Castillo García

DEDICATORIA

Esta dedicatoria es para cada una de las personas que me apoyaron en la culminación de mi carrera profesional.

A Dios por darme vida y permitirme vivir todos estos momentos de felicidad y de sabiduría.

A mis padres por creer y confiar en mí, por amarme como me aman, por estar a mi lado y sobre todo porque ustedes dos hicieron una lucha constante de mucho esfuerzo para que yo pudiera salir adelante, por eso los amo mucho.

A mi hermana que es un ser de luz, que es un angelito que Dios me mando para que siempre estuviera a mi lado apoyándome, la cual también amo mucho.

A mi familia que estuvieron conmigo y me aguantaron en todo este tiempo de estudio y para ustedes también es esta dedicatoria.

A Deiby que lo amo mucho y se lo dedico por que en todo este tiempo ha estado conmigo, me ha comprendido, entendido y esperado, y ha estado conmigo en esta lucha constante de mi proceso de formación profesional.

A mis amigos que se robaron un pedazo de mi corazón y les doy gracias por ayudarme, entenderme y estar junto a mí por que yo sé que siempre podré contar con ustedes como ustedes podrán contar conmigo.

A Samir por aguantarme tanto en la carrera como en el trabajo de grado y porque además es un gran amigo, porque es una de las pocas personas en las que se puede confiar.

Adriana María Hernández Rojas

AGRADECIMIENTOS

A mi madre MAGNOLIA GARCIA MAZO quien lucho por sacarnos adelante demostrándonos que es una mujer ejemplar, inteligente, entusiasta, amorosa comprensiva e incondicional y por qué considero que es lo más sagrado que dios me pudo brindar en mi vida, el cual estaré eternamente agradecido, te amo madre!!

A mis COMPAÑEROS de la universidad quienes me permitieron aprender de ellos y me apoyaron el proceso de formación.

Samir Leandro Castillo García

AGRADECIMIENTOS

Les agradezco a todas las personas que estuvieron a mi lado apoyándome ya que sin ustedes hubiera sido mucho más difícil el cumplimiento de esta etapa. Ya que la dedicación y el esfuerzo es la lucha constante de cada día.

Le doy gracias a Dios por que me dio vida, salud, compromiso y esfuerzo para poder culminar esta etapa con éxito; además porque siempre estuvo a mi lado, mostrándome el camino adecuado para el logro de mis objetivos, trabajando conmigo en una lucha constante de día a día para que nunca decayera ni desistiera.

A mis padres Oscar Hernández Mora y María Norma Rojas Arenas ya que desde el primer momento en que nací, me sentí protegida amada y sobre todo tenía la plena seguridad que siempre estarían a mi lado, luchando junto a mí. Por eso le doy gracias por apoyarme en esta etapa de mis estudios; ya que esta es la mejor herencia que ustedes me han podido dejar y le doy gracias por el apoyo, los consejos que me dan y sobre todo por seguir a mi lado, porque ustedes dos son los mejores padres que Dios me hubiera podido haber dado. Y este triunfo no solo es mío sino también de ustedes dos.

A mi hermana Luz Ángela Hernández Rojas que ha sido un regalo muy lindo que me pudo dar Dios, porque es un apoyo constante en mi vida, es una fuerza que siempre me motiva a seguir adelante, a derrumbar mis obstáculos, a nunca decaer por eso gracias por estar junto a mi, y yo sé que siempre podre contar contigo como tu siempre podrás contar con migo. Te quiero mucho.

A mi familia en general que siempre creyeron, en mi siempre estaban pendientes en el cumplimiento de mis metas me daban ánimos, me motivaban con cariño para seguir adelante por eso este triunfo también es para ellos.

A Deiby Gallardo Guerrero quien en estos 13 meses se ha robado mi corazón y es una de las personas más importantes de mi vida a la cual amo con todo mi corazón, además siempre estuvo a mi lado apoyándome en todo momento, dándome ánimos para que nunca decayera por eso le doy gracias a Dios por que lo puso en mi camino y llego en un momento muy lindo en mi vida.

A mis amigos Angélica, Cindy, Ana, Deysi, Samir porque con ellos estuve en la lucha constante en el proceso de formación, porque compartimos momentos muy lindos tanto triunfos como tristezas, donde no solo fueron compañeros de estudios si no amigos de verdad, donde cada uno de ellos me enseñó cosas muy lindas, me enseñaron que uno puede confiar en las personas, que verdaderamente hay amigos por eso cada uno de ustedes se ganaron un pedacito de mi corazón y de mi alma por eso los quiero mucho y siempre los tendré presentes en mis pensamiento y en mis oraciones.

A Samir Leandro Castillo García que fue mi compañero de tesis y mi amigo, el cual estuvimos en una lucha constante, para sacar este proyecto adelante, nunca decaímos ya que siempre nos enfocamos en vivir el presente, no mirábamos el pasado de lo que pudimos haber hecho, ni el futuro de que haríamos o hasta donde llegaríamos, siempre vivíamos el ahora por eso nuestro trabajo tuvo un logro muy lindo porque nos enfocamos en trabajar día a día siempre teniendo presente nuestro objetivo.

Adriana María Hernández Rojas

CONTENIDO

	Pág.
0. INTRODUCCIÓN	1
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	8
1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	8
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	18
1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	18
2. JUSTIFICACIÓN	19
2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
2.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	22
2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	23
2.4 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA	24
2.5 JUSTIFICACIÓN INSTITUCIONAL	24
3. OBJETIVOS	26
3.1 OBJETIVO GENERAL	26
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	26
4. MARCOS DE REFERENCIA	27
4.1 MARCO CONTEXTUAL	27
4.2 MARCO TEÓRICO	29
4.2.1 Servicio al Cliente	29
4.2.2 La Satisfacción de los Clientes	30
4.2.2.1 Determinantes de la Satisfacción del cliente	31
4.2.3 Valor Agregado y Satisfacción al Cliente	32
4.2.3.1 Motivación del Cliente es lo que Determina la Calidad del Servicio	35
4.2.4 El Servicio es Primero	37
4.2.5 Características del Servicio Educativo	38
4.2.6 Administración de la Calidad del Servicio	41
4.2.6.1 Estrategias de Marketing para Compañías de Servicios	43
4.2.7 La Universalidad del Mercadeo	45

4.2.8	Gerencia del Servicio	45
4.3	MARCO CONCEPTUAL	47
4.4	MARCO LEGAL	50
4.4.1	ISO 9001:2008	50
4.4.2	Ley 115 de 1994	50
4.4.3	Ley 1188 de 2008	51
4.4.4	Ley 30 de 1992	51
4.4.5	Ley 1014 de enero de 2006	51
4.4.6	Artículo 12. Derechos de los Estudiantes	52
4.4.7	Decreto 4790 de Diciembre de 2008	52
4.4.8	Resolución 2900 de Mayo de 2007	52
5.	METODOLOGÍA	53
5.1	MÉTODOS	61
5.1.1	Fuentes de Información	61
5.1.1.1	Fuentes Primarias	61
5.1.1.2	Fuentes Secundarias	61
5.1.2	Cuestionario	62
5.1.2.1	Estructura del Cuestionario	62
5.2	POBLACIÓN	67
5.3	MUESTRA	68
6.	PRESENTACIÓN, ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS	70
7.	ANÁLISIS GENERAL	134
8.	CONCLUSIONES	138
9.	RECOMENDACIONES	141
10.	BIBLIOGRAFÍA	144
11.	REFERENCIAS ELECTRÓNICAS	146
12.	ANEXOS	149

0. INTRODUCCION

En la actualidad las organizaciones se hablan de la importancia que tiene el servicio al cliente como estrategia de competitividad, marketing y crecimiento. Por tal motivo evaluar el grado de satisfacción del cliente se ha vuelto una obligación constante. Si las organizaciones desean hacer realidad sus visiones deben elaborar las estrategias idóneas para lograrlo. El servicio al cliente, como ventaja competitiva por transacción que es, se constituye en un aspecto fundamental para la consecución de los objetivos corporativos. Lo anterior ya que la fidelización de los clientes genera sostenibilidad en un mercado tan competitivo y dinámico como el actual. Las organizaciones de formación educativa superior no son la excepción a esta regla, y es por ello que en el presente trabajo de grado se tuvo como objetivo general evaluar el grado de satisfacción del cliente externo frente a la prestación del servicio educativo que la universidad del Valle sede Palmira ofrece con el programa de administración de empresas durante el primer semestre del 2012.

Igualmente se plantearon una serie de objetivos específicos los cuales son de vital importancia puesto que en la investigación, son éstos los que le dan un orden al estudio en cuestión, y permitieron identificar ciertas variables, características y factores sociodemográficos de los clientes. De esta manera los objetivos específicos se encaminaron a determinar cuáles son las características socio demográficas actuales del estudiante que busca el servicio educativo, cuáles son las variables que se deben tener en cuenta para medir el nivel de satisfacción del servicio al cliente en los estudiantes y cuáles son los principales factores que influyen en la satisfacción total del estudiante respecto al servicio ofrecido por la universidad con su programa académico Administración de Empresas en la sede de Palmira.

Posteriormente se plantea la justificación del problema de investigación, resaltándose la importancia de resolver el problema en cuestión; ya que de la evaluación constante de la percepción que el cliente externo tiene del servicio, y de qué tan satisfechos se encuentran al respecto, depende el crecimiento de las organizaciones, constituyéndose así el servicio al cliente en una estrategia de marketing y de competitividad. Otro aspecto de vital importancia que se toca en este punto es que todo servicio debe ser de excelente calidad puesto que este permite posicionar el nombre de la organización en un mercado tan competitivo como el actual, es decir; que contribuye al mejoramiento de su imagen y de su posicionamiento.

Seguidamente encontramos la justificación teórica, en la que se destacan los planteamientos teóricos del llamado gurú mundial del servicio al cliente John Tschohl quien desde 1980, introdujo el primer programa de servicio al cliente, afirmando lo siguiente: “Basado en conceptos muy simples, cuando usted trata a sus clientes como reyes y reinas serán más leales, gastarán más dinero con usted y generarán mas comunicación verbal positiva. Dado que la base de satisfacer al cliente se basa en el trabajo en quipo, manejando las quejas y al cliente irritado”¹. Otro gran complemento teórico son las posturas de Karl Albrecht y Ron Zemke², quienes en su texto Gerencia del Servicio, destacan cómo hoy por hoy hemos pasado de una sociedad de bienes a una de servicios y que la dirección de las empresas se hace en una economía donde las relaciones son más importantes que los productos.

En cuanto a la justificación institucional se resalta la importancia que tiene evaluar constantemente el grado de satisfacción de los clientes respecto al servicio, en este caso a los estudiantes, puesto que con el resultado, se pueden aprovechar

¹ JOHN Tschohl. SERVICE QUALITY INSTITUTE Video de la teoría del Servicio es Primero [En línea]. El 18 de Enero de 2010. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.youtube.com/watch?v=-FLR87-qFKw>

²KARL Albrecht y LAWRENCE J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. P. 24.25.26

las oportunidades, minimizar las amenazas y debilidades, dando como resultado el posicionamiento de la institución educativa, y al mismo tiempo orientar su servicio al cliente de manera idónea. Para una institución educativa este tipo de información es muy importante porque le permite a sus directivas evaluar su desempeño académico y con base en ello, crear las estrategias que le permitan mejorar no solamente su imagen, sino también sus diseños curriculares, su capacidad operativa y su servicio acorde con los requerimientos del mercado laboral actual, entre tanto en la justificación práctica se planteó que el trabajo actual permitió conseguir información valiosa sobre la prestación del servicio educativo, contenido académico, expectativas del estudiante en el programa de administración de empresas de la Universidad del Valle sede Palmira, que se identificaron también aspectos claves sobre la evaluación del grado de satisfacción del estudiante. Esta información es el primer paso para que la universidad pueda crear estrategias no solamente en la parte administrativa si no en su estructura física, acordes a las necesidades de los estudiantes ya que se considera que la calidad en el servicio es el canal que permite posicionar el nombre de la universidad del valle sede Palmira en el mercado, pues al satisfacer las necesidades de los estudiantes habrá una mayor productividad tanto académica como laboral.

En cuanto a la justificación metodológica, se determinó que para poder lograr los objetivos propuestos en el presente trabajo, fue necesario emplear una metodología que combinó varios tipos de investigación. En sus comienzos el tipo de estudio es de carácter exploratorio, dado el estado actual de desconocimiento del tema en la Universidad del Valle Sede Palmira, ya que no se conocen hasta el momento estudios previos por parte del estudiantado al respecto. Seguidamente el tipo de investigación es descriptiva, ya que permitió describir las características de la percepción que el cliente externo tiene de la universidad con su programa administración de empresas. Finalmente esta investigación fue cualitativa, ya que

el grado de satisfacción del estudiante es considerada una cualidad del servicio formativo académico.

Para conocer esta percepción fue necesario aplicar como método de investigación un instrumento que consistió en un cuestionario de 47 preguntas, de selección múltiple y única respuesta, las cuales indagan sobre la opinión, las características y los hechos específicos respecto a dicho servicio. En cuanto al universo de la presente investigación se consideró a todos los estudiantes que actualmente se encuentran estudiando en el programa de administración de empresas en la universidad del valle sede Palmira, tanto en el diurno como en el nocturno, el cual está conformado por 453 estudiantes, así: 151 estudiantes en la jornada diurna y 302 en la nocturna, de este universo se obtuvo una muestra de 160 estudiantes de ambas jornadas a quienes se les aplicó el instrumento, esto permitió obtener información más amplia y precisa sobre la satisfacción del estudiante.

En lo referente a los marcos de referencia, el marco contextual narra la historia de la Universidad del Valle desde sus inicios, hasta la actualidad, toda su evolución académica y su posicionamiento en el Municipio de Palmira; en el Marco Teórico, se plantearon, entre otros aspectos, los factores que son de vital importancia para evaluar el servicio al cliente y los cánones universales a partir de los cuales se rige un servicio al cliente de excelencia, destacándose el planteamiento del servicio es primero, de John Tschohl, el cual enfatiza en cómo proporcionarle valor y satisfacción total al cliente, igualmente se enfatiza en las características del servicio educativo, la administración de la calidad del servicio y por último la estrategia de marketing; en el marco conceptual, se definieron algunos conceptos de acuerdo a la forma en que fueron aplicados en el presente trabajo, con el propósito de hacer claridad respecto a ciertas palabras técnicas; algunas de ellas son: Servicio, servicio al cliente, cliente interno, cliente externo, satisfacción del cliente, la calidad y la investigación de mercados.

Para el caso específico del marco legal, se citaron aquellos artículos constitucionales enfocados en el aprendizaje para un mejor desenvolvimiento laboral, como son: Ley 1188 de 2008, con el Decreto 2566 de 2003, que establecen las condiciones y procedimientos que deben cumplirse para ofrecer y desarrollar programas académicos, y fija, previo trabajo con la comunidad académica, las condiciones básicas o mínimas de calidad, con lo cual se establece como meta la obtención de un registro calificado, indispensable para el funcionamiento de los programas académicos; La Ley 1014 de enero de 2006, cuyo objetivo es promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, el Decreto 4790 de diciembre de 2008, por el cual: “se establecen las condiciones básicas de calidad del programa de formación complementaria de las escuelas normales superiores y se dictan otras disposiciones”, y normas de calidad tales como: La ISO 9001:2008, sobre diseño y planificación centrados en la satisfacción del cliente.

Finalmente, pudimos concluir que evaluando constantemente la satisfacción del cliente externo identificamos ciertas características que son de vital importancia para la organización, puesto que estas permiten crear estrategias idóneas para el posicionamiento de la organización. Igualmente se pudo concluir, de acuerdo al estudio que se realizó y sus resultados, que pese a que los estudiantes se encuentran en un promedio satisfactorio, hay que tener muy en cuenta ciertos ítems en los cuales los estudiantes se encuentran poco satisfechos, un ejemplo claro de algunos resultados que arrojó esta investigación, es que los estudiantes de la jornada diurna se sienten poco satisfechos (38%) respecto a la cantidad y vigencia de los fondos bibliográficos, otro aspecto es que los estudiantes de la jornada de la mañana están poco satisfechos (37.5%) con el acceso a las computadoras. También pudimos identificar que algunos estudiantes de la jornada de la mañana se encuentran poco satisfechos (33.75%), en cuanto al programa de desarrollo personal y de inserción laboral, lo cual indica que no todo está funcionando a la perfección y que por tanto hay que crear nuevas y mejores

estrategias para poder cumplir a cabalidad con cada una de las expectativas de los estudiantes, ya que en la investigación éstos tienen diversas opiniones como que están poco satisfechos tanto en la jornada de la mañana como en la de la noche, 27.5% y 22.5% respectivamente; en cuanto a la formación práctica, también podemos decir que una buena parte de ellos, de la jornada diurna (36.25%), y de la nocturna (22.5%), están totalmente insatisfechos en cuanto a la vinculación con los futuros centros de trabajo. Lo anterior puede darnos un indicio de que la comunidad estudiantil se encuentra con un alto grado de insatisfacción en este sentido. Otro aspecto importante es que los estudiantes de la jornada de la mañana se encuentran totalmente insatisfechos (52.5%), esto se puede deber a que la universidad del valle no tiene estipulado en su plan de estudio las prácticas empresariales.

Igualmente se pudo concluir también que la calidad no solo se ve reflejada en una parte de la institución sino que tiene que estar inmersa en todos los rincones de ella, debe ser una integración en la que los estudiantes lleguen a estar totalmente satisfechos y se sientan comprometidos con la institución. La enseñanza y el aprendizaje deben estar enmarcados en ciertos aspectos que nos ayuden a determinar el nivel de exigencia del mercado, lo cual no debe ser aislado sino estar unido a un contexto social, cultural y personal, porque es lo que nos está exigiendo día tras día el mercado, el cual adicionalmente nos obliga a ser más exigentes con la educación que recibimos, por eso el estudiantado requiere que se satisfaga sus necesidades para tener un crecimiento personal y profesional.

De acuerdo a los resultados de la investigación se invita a la debida evaluación y modificación de la malla curricular para que permita incluir la formación práctica de los estudiantes y así se pueda gestionar convenios y crear programas que ayuden a la formación integral de los estudiantes con el debido acompañamiento de las empresas que entren a participar en estos convenios, esto permitirá que los

estudiantes comiencen a ganar experiencia y al momento de graduarse logren ejercer su profesión de manera adecuada con un despliegue claro de sus conocimientos y un buen desempeño en el ámbito laboral. También se sugiere que implementen en gran medida actividades donde los estudiantes puedan desarrollar habilidades de negociación empresarial, innovación, investigación, las cuales permitan acrecentar los conocimientos y adecuarlos en función de la demanda laboral, por ejemplo hacer salidas empresariales para que conozcan los métodos del funcionamiento que utilizan las empresas y logren relacionar la teoría con la práctica, esto permite fortalecer los conocimientos aprendidos en la institución y a su vez se obtiene más experiencia. Se recomienda que la universidad sea un campo abierto de ideas donde puedan interactuar todas las personas tanto el personal como el estudiantado, donde se pueda escuchar a todas las personas ya que este es un punto clave para determinar qué es lo que el cliente quiere y necesita a nivel profesional e intelectual.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Inicialmente hablaremos de un suceso que ocurrió en el año 2011 el cual afectó el desempeño del programa de administración de empresas de la universidad del valle sede Palmira ya que se contó durante este periodo de transición con 2 coordinadores, el primer periodo estuvo a cargo de Manuel Salazar y el segundo periodo lo ocupó la profesora Angélica María Salgado los cuales estuvieron poco tiempo y no lograron proyectar el plan de acción propuesto por cada uno, esto pudo causar inestabilidad en el programa de administración y por ende en la secretaría académica, después de haber pasado por este periodo de transición volvió a tomar posesión del cargo como coordinadora del programa de administración de empresas la profesora María Fernanda Ayala ya que anteriormente había estado en este cargo.

Para el año 2012 la universidad del valle sede Palmira cuenta con un nuevo director que es el Lic. Alonso Valencia Llano, quien se comprometió a contribuir con el mejoramiento de la universidad en sus proyecciones académicas para los estudiantes, buscando una formación de calidad y con pertinencia, que atienda a las necesidades de la región y que aporte a la solución de los problemas que afecten al desarrollo social. Por consiguiente, el nuevo director enfatizó en el logro de los proyectos misionales, lo cual se enfatizó en concurso para los estudiantes, mediante el estímulo a la participación democrática en los Comités de Apoyo a los Programas Académicos y en el Comité de la Sede. Busca vinculación a los proyectos que nos proponemos lograr y estimularemos el libre debate y la participación crítica en el seguimiento de los procesos, mediante el apoyo a una representación estudiantil que responda a procesos democráticos y

que respete el derecho a la diferencia y al disenso. A continuación se mostrara el plan de acción que propuso el nuevo director como proyecto del 2012 al 2015.

1. Atención a la deserción universitaria y los bajos rendimientos

Desarrollar las competencias lectoras, en convenio con el Distrito Educativo y la Secretaría de Educación Municipal. Para fortalecer el razonamiento matemático y abstracto, se desarrollarán cursos nivelatorios para estudiantes nuevos y se ampliarán las horas de docencia en matemática básica para estudiantes antiguos. Adicionalmente, se desarrollará un programa de tutorías académicas con estudiantes avanzados, de acuerdo con las propuestas hechas por las organizaciones estudiantiles.

2. Fortalecimiento académico

Desarrollo del programa "Sígueme", de intercambio universitario. Búsqueda de convenios de intercambio universitario con universidades extranjeras. Gestión de recursos para el desarrollo de Investigaciones y/o proyectos de investigación a presentarse en las convocatorias internas y externas, vinculando a los estudiantes a los "semilleros de investigación". Apoyo a la participación de estudiantes y docentes en congresos, seminarios y talleres, de investigación y/o de formación complementaria, lo mismo que en eventos de emprendimiento y muestras tecnológicas.

¹UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA. Bases para la elaboración del plan de acción 2012-2015. Mayo 2012 Disponible en internet: < http://www.palmira.univalle.edu.co/la_sede/comunicaciones/noticias/2012-May-16.php.>

3. Programa de Bienestar Universitario

Se estimulará una mayor participación de la Comunidad Universitaria en las actividades del programa de Bienestar. Se buscará el desarrollo socioeconómico universitario mediante las bolsas de empleo, el programa de "Padrinazgo Universitario" y la gestión de apoyo a la manutención de estudiantes de bajos recursos ante entidades públicas privadas. En convenio con otras instituciones consolidaremos los programas de salud, salud ocupacional y las actividades culturales, lúdicas, deportivas y competitivas que caracterizan nuestra sede; muchas de las cuales son propuestas por nuestros estudiantes.

4. Vinculación con el entorno

Continuaremos el Programa de Adulto Mayor y los encaminados a la población infantil y a las madres cabeza de familia. En estos proyectos ya contamos con el compromiso de organizaciones estudiantiles y de estudiantes de últimos semestres, en quienes buscamos consolidar la responsabilidad y compromiso social.

Ampliaremos la oferta de diplomados y de cursos de extensión, que permiten una vinculación con el entorno, mantienen los vínculos con nuestros egresados y la conexión de los sectores público y empresarial con la academia. En un entorno más amplio propondremos la unificación de una oferta cultural para Palmira y su espacio subregional, que permita superar los ámbitos universitarios, mediante la participación del Comité Cultural de Palmira.

5. Actualización y Renovación y de la Oferta Académica

Se establecerán acuerdos con los sectores públicos, empresariales y sociales para la articulación de la educación Media, tecnológica y profesional con pertinencia y calidad, en programas que respondan a las necesidades de Palmira y su subregión. Se solicitará a las unidades académicas de la Sede Central la apertura de programas profesionales que permitan la homologación de parte del currículo de las tecnologías desarrolladas en la Sede y la extensión de otras carreras. Igualmente, se desarrollarán programas de postgrado propios de la Universidad del Valle y en convenio con otras universidades nacionales y extranjeras.

6. Construcción de una nueva etapa del proyecto "La Carbonera"

Consolidar la alianza con la Alcaldía del Municipio para la construcción de un nuevo bloque que duplicará las instalaciones del actual campus, será una de nuestras prioridades. La materialización de este proyecto permitirá ampliar, no solo las instalaciones físicas de la Universidad, si no también la cobertura y oferta académica.

7. Acreditación Institucional de la Universidad

La Universidad del Valle sede Palmira expresa su compromiso con la alta calidad en sus procesos misionales, apoyando la Acreditación Institucional y dando continuidad a los procesos de calidad, lo que redundará en la consolidación del sistema de regionalización y el desarrollo de las seccionales.

En este periodo de director esta apostando en aumentar la satisfacción de los estudiantes, motivándolos para se sientan realmente comprometidos con la institución y con los programas que se ofrecen, logrando que el estudiantado se comprometa con lo que desea y quiere recibir.

Por otro lado Neira, I. y Portela, M. en su obra Cooperación y Desarrollo, El papel de la Educación en el Desarrollo latinoamericano, afirman que los organismos internacionales piensan y tienen claro que eliminando el analfabetismo se obtendrá una disminución importante en la pobreza y que esta disminución a su vez aumentará el crecimiento de los países subdesarrollados, puesto que la educación superior, facilita a cada persona la obtención de una estabilidad laboral y mejorar sus ingresos, dando como resultado la activación de la economía de un país. De manera textual citan lo siguiente:

“Los organismos internacionales plantean entre sus objetivos clave la eliminación el analfabetismo como uno de los métodos más eficaces para erradicar la pobreza y, al mismo tiempo, impulsar el crecimiento de los países menos desarrollados. En el Foro Mundial sobre Educación, celebrado en Dakar en el año 2000, se reconoció que los objetivos planteados en la Conferencia de 1990 apenas han sido logrados, y que se redujo el analfabetismo de 1000 a 880 millones de personas en el mundo, proponiendo que para el año 2015 como meta hay que lograr la erradicación del analfabetismo”².

Igualmente plantean la necesidad de obtener un clima social favorable, en el que el gobierno colabore con la seguridad del capital de las personas que invierten en el país, lo cual permite desarrollar y consolidar la economía,

²NEIRA I. PORTELA M. Cooperación y desarrollo: El papel de la educación en el desarrollo latinoamericano. Mayo de 2004. P. 2.Disponible en internet: <<http://www.pagina-aede.org/Getafe/9.pdf>>

y éste a su vez repercute en el mejoramiento de la calidad del servicio a nivel educativo y de la educación como tal, pero deben trabajar en conjunto el gobierno y universidades para poder promover este desarrollo social y crecimiento económico.

Puede apreciarse cómo sobre la educación y su calidad recae en gran medida las esperanzas de desarrollo económico para un país subdesarrollado y como tal es muy importante que la educación que se imparte por parte de las instituciones encargadas de hacerlo sea de excelente calidad.

Otro aspecto importante que puede tomarse como antecedente, es lo planteado en la tesis: "Diagnóstico de la calidad de los servicios que ofrece la universidad del valle a los estudiantes de administración de empresas" y cuyos autores son: Maribel Barandica y Paola Andrea Roldan. En este estudio se plantea que en la universidad del valle, Sede Cali, y más específicamente el programa de administración de empresas, se han hecho estudios que dan a conocer las opiniones externas sobre su imagen, sobre el programa académico, los docentes, los medios universitarios, las exigencias y la evaluación, y que estos estudios han aportado datos interesantes que pueden servir para el mejoramiento continuo del programa, aclarando que el anterior estudio fue realizado en la Universidad del Valle Sede Cali por dicho programa académico, por ende no se encontraron antecedentes de la sede Palmira porque aún no hay estudios previos que pudieran contribuir a nuestra investigación..

Acorde con los datos obtenidos llegaron a la siguiente conclusión:

"El sector empresarial de Cali tiene un aceptable reconocimiento del plan de administración de empresas, sin embargo, presenta como debilidades "la mala imagen corporativa de la universidad

del valle, falta de liderazgo, espíritu empresarial en el estudiante y un desmejoramiento en la calidad educativa”. Este tipo de fenómenos se podrían ver desde la perspectiva de la cultura organizacional que se proyecta desde el contacto con los estudiantes en los lugares y en los momentos de la prestación del servicio al interior de la institución”³.

También podemos citar a la revista “Cuaderno de Investigación en la Educación” que es publicada dos veces al año por el Centro de Investigaciones Educativas (CIE) de la Facultad de Educación de la Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras, en la que se habla sobre mediciones de la calidad de los servicios en la educación y las formas en las que pueden lograr metas y objetivos rápidamente, claro está mediante la captura de información continua y precisa sobre el grado de satisfacción de los estudiantes o clientes externos; esto permite comprender, transformar y desarrollar ambientes mas idóneos para potencializar el conocimiento de los estudiantes. Esta información le permite a la alta dirección tomar decisiones más pertinentes y ajustadas a su entorno logrando así una mejor evolución de la entidad educativa, también plantean que se debe tener muy presente la extensión académica, la calidad en la docencia y la investigación puesto que estos factores direccionan a los estudiantes logrando así preservar los valores y metas de las universidades.

La revista, respecto a los datos recogidos en diversos sistemas universitarios a través de mundo, afirma haber concluido que en la actualidad el mercado académico es muy competitivo y por eso las universidades deben diferenciarse por la calidad de su servicio y su imagen. Estos aspectos son de vital importancia al momento de crear estrategias de posicionamiento y por ello el gran aumento de la atención en la calidad de los servicios educativos.

³BARANDICA, Maribel y ROLDAN, Paola Andrea. Diagnostico de la calidad de los servicios que ofrece la universidad del valle a los estudiantes de administración. Tesis. Mayo de 2004. P. 8.

Adicionalmente, y mucho más importante para la presente investigación, es el enfoque que hace la revista sobre la medición del grado de satisfacción de los clientes externos (estudiantes), respecto al servicio académico. Ellos dicen lo siguiente:

“La medición del grado de satisfacción de los clientes externos es uno de los indicadores utilizados para medir la calidad del servicio, retener alumnos, y desarrollar un ambiente democrático“ La medición del grado o nivel de satisfacción de los estudiantes sirve, para estimular el rediseño continuo de las instituciones y los procesos educativos para que puedan desburocratizarse, desmonopolizarse y adaptarse a las condiciones y a los estudiantes siempre cambiantes, lo cual permite la participación de aquellos afectados por dichos ajustes y en la planeación de su implementación”⁴.

Acorde con lo planteado por esta revista, una evaluación constante del grado de satisfacción permite dinamizar las estrategias organizacionales logrando que las universidades se amolden al cambio constante que genera su entorno tan dinámico. En la actualidad observamos que la universidad del valle realizó un estudio donde involucró todas las sedes regionales y se dieron cuenta mediante el informe de Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias (PQRS) que emite la oficina de quejas y reclamos, que en la sede de Palmira los estudiantes estaban insatisfechos en cuanto a los equipos de cómputo ya que estos tenían virus y estaban dañando las memorias USB de los usuarios, y por este motivo implementaron ciertas acciones correctivas donde se restauraron los equipos, mediante la instalación de un nuevo antivirus corporativo y también se modificaron las cuentas de usuario mediante restricciones, también se virtualizaron los sistemas operativos de los computadores.

⁴BLANCO GUILLERMET, Ricardo J. y BLANCO PECK Richard. Cuaderno de investigación en la educación. Revista # 22. Diciembre de 2007. P. 128.

Igualmente podemos observar que la Universidad del Valle Sede Palmira tuvo que tomar ciertas acciones correctivas y preventivas, ya que se recibieron un total de 48 PQRS durante el segundo semestre de 2011, con quejas concernientes al programa de administración, es decir; el 15% del total de las PQRS recibidas. Hubo 3 PQRS recurrentes durante el periodo sobre la secretaria del programa académico por la manera descortés e irrespetuosa en que se dirige a los estudiantes.

También se manifestó inconformidad con la metodología de un docente de la sede Cali (Meléndez) y la manera cómo se refirió a los estudiantes de la sede Palmira en una de sus clases. Estas peticiones, quejas, reclamos y sugerencias fueron analizados por las personas encargadas, donde generaron solución mediante una reunión, dando como resultado lo siguiente ⁵:

- ✓ Se realizó capacitación en servicio al cliente en el mes de febrero de 2012. Y debido a que posteriormente se volvieron a presentar PQRS sobre la funcionaria, se programó una asesoría personalizada.
- ✓ Después de hablar con cada una de las partes, en reunión de Coordinadores de Programa se determinó que no había antecedentes que ameritaran retirar al docente de la asignatura. Después del paro académico se realizó evaluación docente nuevamente y el profesor resultó bien evaluado. Se dio a conocer la queja al docente, quien envió una carta explicando lo sucedido. Posteriormente aclaró el inconveniente con los estudiantes.

⁵OFICINA DE QUEJAS Y RECLAMOS. Informe de las Peticiones, Quejas, Reclamos y Sugerencias de la Universidad del Valle. P. 20. [En línea]. Disponible en Internet: http://gicuv.univalle.edu.co/Mayo_07_de_2012_pdf/Informe-PQRS-2011.pdf

También podemos ver que El Informe de Revisión por la Dirección N° 04 de Área de Calidad y Mejoramiento Elaborado por la Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional en el periodo de Mayo de 2012 da a conocer sobre los estudiantes lo siguiente ⁶:

EN EL AÑO 2010:

- ✓ En cuanto a infraestructura se encontraron niveles de insatisfacción asociados a la cantidad, la velocidad y la confiabilidad de los computadores en las facultades sedes o Institutos, la disponibilidad del software especializado en las áreas de interés y la velocidad del internet.
- ✓ También se sugiere establecer acciones para mejorar la disponibilidad de mesas, sillas e instalaciones eléctricas para estudiar en horarios diferentes a los de clase.
- ✓ En cuanto a la metodología del proceso enseñanza - aprendizaje se sugiere establecer acciones para que los docentes utilicen el Campus virtual.

EN EL AÑO 2011:

- ✓ En general la población estudiantil se encuentra insatisfecha con la infraestructura es decir con el estado de los salones edificios, zonas de estudio, canchas, zonas verdes, laboratorios etc., en

⁶REVISIÓN POR LA DIRECCIÓN N° 04. Área de Calidad y Mejoramiento Oficina de Planeación y Desarrollo Institucional P. 27. [En línea]. Disponible en Internet:
http://gicuv.univalle.edu.co/Mayo_07_de_2012_pdf/Informe-revision-por-la-direccion-2011.pdf

cuanto al mantenimiento y la limpieza en las Facultades, Sedes o Institutos.

- ✓ En cuanto a infraestructura se encontraron niveles de insatisfacción a disponibilidad de mesas, sillas e instalaciones eléctricas para estudiar en horarios diferentes a los de clase.
- ✓ En cuanto a la comunicación no parecen convenientes los mecanismos de comunicación para la difusión de la información ni los medios utilizados para divulgar dicha información.

Además podemos decir que de acuerdo a La Medición de la Satisfacción de Usuarios de la Universidad del Valle según el informe técnico elaborado en Diciembre de 2011, se dio a conocer ciertas recomendaciones las cuales surgieron después de elaborar un estudio y son las siguientes ⁷:

En el Proceso Desarrollo Humano y bienestar, Subproceso 1. Gestión de la cultura la recreación y el deporte, se detectó un nivel de insatisfacción asociado a los servicios prestados por el CDU, este nivel fue la dimensión comunicación. Aunque mejoró en comparación del año anterior (2010) ya que de dos niveles de insatisfacción, se presentó solo uno en el 2011, se sugiere hacer seguimiento y reforzar los medios utilizados para comunicar información acerca de los servicios prestados por el CDU.

⁷ INFORME TÉCNICO. Medición de la Satisfacción de Usuarios de la Universidad del Valle. P. 121. [En línea]. Disponible en Internet: http://gicuv.univalle.edu.co/Mayo_07_de_2012_pdf/Informe-Tecnico-Medicion-Satisfaccion-Usuarios-2011.pdf

En el proceso Formación en el Subproceso 2. Gestión de las actividades académicas estudiantiles se detectó un nivel de insatisfacción asociado a las tarifas. Aunque mejoró en comparación del año anterior (2010) ya que de dos niveles de insatisfacción, se presentó solo uno en el 2011, se sugiere revisar las tarifas cobradas en la Universidad por los diferentes certificados, constancias y diplomas son las adecuadas.

En el proceso Desarrollo Humano y bienestar, Subproceso 2. Gestión de los programas socioeconómicos y fortalecimiento de personal se detectó un nivel de insatisfacción asociado a la comunicación, para ello se sugiere mejorar los mecanismos de comunicación con los usuarios y revisar que tan pertinentes han sido estos mecanismos para estos.

En el proceso Desarrollo Humano y bienestar, Subproceso 5. Gestión de programas y servicio de salud se detectaron siete niveles de insatisfacción asociados a la comunicación, a la oportunidad en los horarios y al cumplimiento. A comparación del año pasado (2010) en el que se presentó cuatro niveles de insatisfacción y este año aumento un poco, se sugiere revisar y reforzar los mecanismos de comunicación para la difusión de la información concerniente al servicio de salud, odontológico y psicológico, también revisar los horarios establecidos por el servicio para el otorgamiento de citas y la prestación del servicio.

En el proceso Formación, Subproceso 5. Gestión del material bibliográfico se encontraron niveles de insatisfacción asociados a la comunicación, para ello se sugiere buscar medios más adecuados para la difusión de la información sobre las nuevas adquisiciones (libros, software, videos) de la biblioteca.

Como puede apreciarse este mecanismo de las PQRS ha permitido identificar una serie de falencias que se estaban y están presentando aún en la Sede, por lo cual se hace mucho más relevante el presente estudio.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad el conocimiento, la información, la revolución tecnológica y la globalización, son un nuevo reto que enfrentar día a día, debido a que se genera una mayor actividad y complejidad en el entorno. De esta manera los niveles de oferta superan la demanda, por lo que los clientes se hacen cada vez más exigentes respecto a los productos y/o servicios. El sector universitario no es la excepción. Así en la actualidad hacia el sector universitario se hace un mayor grado de exigencia por parte de la sociedad y del sector empresarial, midiéndose la calidad de éste, con indicadores tales como las competencias y/o habilidades requeridas para su excelente desempeño en los diferentes cargos para los que son contratados.

El problema se puede presentar cuando el cliente externo, pese a haber recibido el servicio educativo que ofrece la universidad del valle sede Palmira, se siente insatisfecho porque el servicio que está ofreciendo la organización no cubre las necesidades que tiene el cliente para desenvolverse en el mundo laboral, ya que debe haber un equilibrio entre el servicio ofrecido y lo que espera el cliente ya que este es el único medio para lograr su satisfacción. Este equilibrio permite que el cliente se siente autor realizado, a gusto, comprometido con la institución.

Por esta razón la organización debe estar en la búsqueda constante de las necesidades del cliente para poder identificar nuevas tendencias, esto permite conocer y generar cambios científicos, tecnológicos, socioculturales, minimizando

la deserción estudiantil y por ende la fidelización de los clientes. De esta manera las organizaciones que se enfocan en la educación deben brindar una formación integral de calidad, enfocados siempre en lo que el cliente necesita. Hay que velar por el cumplimiento de una enseñanza de calidad, enfocados siempre en lo que el cliente necesita ya que las facultades deben preocuparse de la satisfacción de los alumnos como un resultado de un proceso educativo superior.

Para evaluar el grado de satisfacción se requiere de estudios previos que permitan la evaluación e identificación de los factores o causas que se generan en los estudiantes sobre los objetivos de educación superior y así poder prestar a la comunidad un servicio con cabalidad, el cual hace referencia a los resultados académicos, los medios y procesos empleados, la infraestructura institucional, a las dimensiones cualitativas y cuantitativas del mismo y a las condiciones en que se desarrolla en cada institución. Además ser factor de desarrollo científico, cultural, económico, político y ético y promover la formación y consolidación de comunidades académicas y la articulación a nivel internacional. Define la autonomía de las instituciones según su naturaleza y los campos de acción de que se ocupan, reafirma la naturaleza del servicio público de la educación y por lo mismo la necesidad de que el Estado la fomente la inspeccione y la vigile, con el fin de garantizar a la sociedad que dicho servicio se presta en la cantidad y con la calidad necesaria ¹.

Por todo lo anteriormente expuesto es que se plantea en el presente trabajo la siguiente pregunta de investigación en la formulación del problema:

¹REPUBLICA DE COLOMBIA MINISTERIO DE EDUCACIÓN NACIONAL. Concejo Nacional de Acreditación. [En línea]. Bogotá, agosto de 2009. Formato html. Disponible en Internet: http://cms-static.colombiaaprende.edu.co/cache/binaries/articles-186363_archivo_pdf_

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

La investigación presente tiene como propósito fundamental responder a la siguiente pregunta:

¿Cuál es el grado de satisfacción del cliente externo con la prestación del servicio educativo que la universidad del valle sede Palmira ofrece con su programa de administración de empresas durante el primer semestre del 2012?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

Para poder dar respuesta a la pregunta de investigación formulada anteriormente, es necesario responder a las siguientes subsecuentes preguntas:

- ¿Cuáles son las características socio demográficas actuales del estudiante que busca el servicio educativo que ofrece la universidad del Valle, sede Palmira, con su programa de Administración de empresas?
- ¿Cuáles son las variables que se deben tener en cuenta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo frente al servicio académico ofrecido por la universidad del Valle con su programa de administración de empresas?
- ¿Cuáles son los principales factores que influyen en la satisfacción total del cliente externo respecto al servicio ofrecido por la universidad de Valle, sede Palmira, con su programa académico Administración de Empresas?

2. JUSTIFICACION

2.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En toda organización ya sea pública o privada es de vital importancia evaluar la percepción y el grado de satisfacción que tienen los clientes acerca del servicio, puesto que así se determinará si los servicios ofrecidos satisfacen o no verdaderamente las necesidades y expectativas de sus clientes, es por eso que se debe trabajar de manera eficiente y eficaz para su absoluta satisfacción para así lograr de una manera efectiva los objetivos propuestos y por ende repercutir en la misión y visión de la organización.

Podemos decir entonces que la Información y la interacción humana son las principales materias primas a transformar en un proceso de trabajo que genere un servicio y los que determinan la calidad del mismo, por eso tomamos como referencia el trabajo orientado en el Servicio al cliente elaborado por Jorge Everardo Aguilar Morales y Jaime Ernesto Vargas Mendoza, en el año 2010 por la Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C ¹.

Ellos realizan un paralelo entre dos tipos de compañías, las centradas en el cliente y las centradas en sí mismas, cada una favorece u obstaculiza el buen servicio, por eso es importante mostrar la siguiente tabla en la que se muestra la diferencia entre ambos enfoques.

¹JORGE Everardo Aguilar Morales Y JAIME Ernesto Vargas Mendoza. Servicio al Cliente. [En línea]. Formato html. Disponible en Internet:
http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/servicio_al_cliente.pdf

Puede apreciarse que el enfoque orientado al cliente es preferible puesto que se obtienen características que permiten satisfacer de manera más eficiente las necesidades del consumidor. Entre sus particularidades está: Un panorama más amplio de su entorno, se enfocan en lo que quiere el cliente o en sus necesidades, capacitación del empleado y desarrollo de nuevas habilidades, los colaboradores saben muy bien quiénes son sus clientes internos y externos ya que son ellos los que tienen el contacto directo con el consumidor. A continuación se mostrara la tabla con sus respectivas diferencias².

CENTRADAS EL CLIENTE	CENTRADAS EN SÍ MISMAS
El reconocimiento lo obtienen los empleados que logran manejar de manera equilibrada la eficiencia en el trabajo y la satisfacción del cliente.	No reconoce a los empleados que atienden bien a los clientes sino a los que logran lo objetivos internos de la compañía.
Los directivos concentran su atención en apoyar a los empleados para que haga bien su trabajo, de tal manera que se puedan concentrar su atención en atender las necesidades del cliente.	El personal se dedica más a satisfacer a sus directivos que a los clientes.
Las promociones se basan en tanto en las habilidades de prestar un buen servicio como en la antigüedad del empleado.	Las promociones se hacen sobre la base de la antigüedad del empleado y del favoritismo, más que de los méritos.
El entrenamiento del personal tiene una alta prioridad, y se concentra tanto en las destrezas técnicas como en las habilidades interpersonales.	A los empleados se les entrena, si acaso, en las funciones de su trabajo, más casi nunca en su esencia.
Todo el personal sabe quiénes son sus clientes (externos e	Los departamentos que no se entienden directamente con los

internos) y de qué manera los empujados forman parte de la cadena de los clientes.	clientes externos no se consideran responsables de satisfacerlos.
Un estilo de gerencia participativa prevalece en toda la compañía y se procura siempre averiguar que piensa el personal en todo lo que se refiere a los clientes, antes de tomar cualquier decisión.	Las decisiones que afectan al cliente las toma la alta gerencia (generalmente a puerta cerrada) y luego, sin consultar para nada al personal que atiende al público le ordena que proceda en consecuencia.

En la actualidad, y debido al aumento de la competencia, el servicio al cliente se constituye en un factor determinante para el posicionamiento de las empresas puesto que ofrecer un producto o un servicio de excelente calidad conlleva a que las organizaciones se diferencien con valor agregado, y por esta razón es que las empresas deben conocer constantemente el grado de satisfacción de sus clientes, pudiendo crear estrategias cada vez más precisas para satisfacerlos totalmente y posicionar la organización. Identificar por tanto las necesidades de los clientes es una labor obligatoria si se desea permanecer en el mercado.

De acuerdo a las circunstancias del mercado actual, cuyas características ya han sido mencionadas en párrafos anteriores, los clientes son cada vez más exigentes con los servicios que reciben, y prácticamente hoy por hoy no solamente siguen siendo el “Rey”, sino que son tiranos y no perdonan ninguna falencia por pequeña que sea. Lo anterior obliga a que las organizaciones modifiquen sus estructuras para así poder adaptarse rápidamente a sus entornos constantemente cambiantes. Desarrollar una gestión orientada al servicio de excelencia al cliente, no admite ninguna discusión en términos de importancia.

2Ibíd. P. 4. 5.

Las entidades gubernamentales no están exentas de hacerlo y por ello deben conocer cada vez más a sus clientes, identificando factores importantes tales como las actitudes, opiniones, expectativas, hábitos, percepciones y grado de satisfacción. Estos factores ayudan a comprender las necesidades de sus clientes y evaluar mejor sus desempeños frente a la satisfacción de las mismas.

De esta manera el sector educativo también se ve inmerso en este tipo de exigencia y por ello es que el mercado mundial exige que los estudiantes universitarios tengan una excelente formación y preparación académica que los lleve a ser profesionales íntegros y exitosos en su quehacer profesional, y sobre todo, muy competitivos tanto a nivel nacional como internacional. Para ello las instituciones de formación educativa tienen lo que crear estrategias para suplir esa exigencia. Saber si se está cumpliendo adecuadamente con las expectativas y necesidades del cliente externo (estudiante), es una exigencia que hay que cumplir.

2.2 JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

Las empresas hoy en día deben velar por su éxito y eso es posible gracias a la fidelización de los clientes, que son los que generan la rentabilidad y sostenibilidad de ellas. De cómo ellos se sientan con el producto y/o el servicio que están recibiendo, dependerá que nuevamente consuman o no. Lo anterior es sustentado por John Tschohl, conocido como el gurú del servicio al cliente y quien propuso desde 1980 que “el servicio es primero”, enfocándose en un estudio profundo de las necesidades y expectativas de los clientes para emplear una serie de herramientas y poder brindar un servicio de calidad.

Pero también se tuvo en cuenta a dos teóricos los cuales tienen aportes muy importantes para nuestra investigación como son: Karl Albrecht y Ron Zemke quienes nos muestran la importancia de nuestros clientes, de saber quiénes son,

qué desean y cómo quieren hacer negocios con nosotros. En su texto sobre la Gerencia del Servicio muestran ciertas técnicas de ejecución a gran escala, explicando el modelo de opción dimensional, dando a conocer un gana-gana tanto para la empresa como para el cliente, donde ya no se ven reflejado solo los productos si no la importancia que tiene el servicio.

Se tomó como base este enfoque ya que es considerado un aporte valioso que ayuda a las empresas a mantener a sus clientes satisfechos, a partir de la generación de una cultura del servicio con la cual se logre comprometer al cliente para que regrese y a su vez atraiga otros clientes.

2.3 JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Uno de los aspectos quizá más importante en la definición de la metodología a seguir es el tipo de investigación que se utilizará, el cual para este caso es en sus comienzos tipo exploratorio, porque existen pocas investigaciones realizadas en la universidad del valle sede Palmira sobre la evaluación de la satisfacción del cliente, la calidad del servicio y la evaluación de la oferta académica.

Es además descriptiva dado que permitirá conocer de manera detallada una serie de características sobre el comportamiento y algunas percepciones de los estudiantes acerca del servicio ofrecido por el programa de administración de empresas de la universidad de valle sede Palmira, los cuales nos permitirán definir el grado de satisfacción obtenido por el programa en la prestación del servicio educativo del mismo. También esta investigación fue cualitativa, ya que el grado de satisfacción del estudiante es considerada una cualidad del servicio formativo académico.

Adicionalmente es una investigación analítica: porque se busca lograr que los resultados sean confiables, alcanzando los objetivos propuestos y proporcionando recomendaciones de acuerdo a los hallazgos encontrados con la investigación.

2.4 JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La presente investigación nos permitió conseguir información valiosa sobre la prestación del servicio educativo, contenido académico, expectativas del estudiante en el programa de administración de empresas de la Universidad del Valle sede Palmira, identificando aspectos claves sobre la evaluación del grado de satisfacción del estudiante, considerando la calidad en el servicio y mejora continua para la mejor preparación del estudiantado. Igualmente este trabajo pone en práctica, por medio de esta investigación, los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera, desarrollando ciertas habilidades aprendidas con anterioridad lo cual ayuda a generar resultados óptimos en esta investigación, repercutiendo en nuestras vidas como profesionales ya que se obtienen nuevas experiencias a través del desarrollo de Técnicas las cuales nos permite utilizar métodos, destrezas y equipos necesarios para la realización de las actividades que conlleva una investigación por medio de su instrucción, experiencia y liderazgo.

2.5 JUSTIFICACIÓN INSTITUCIONAL

La satisfacción del cliente es un elemento clave para evaluar el desempeño de las organizaciones, ya que éstos son los encargados de encontrar las ineficiencias de las mismas. Por ello la presente investigación, permite recopilar y analizar la información con el objetivo de identificar oportunidades de mejora en el servicio educativo, lo cual ayuda a concentrarse en las necesidades de los clientes ya que ellos son los que perciben el grado en que se está cumpliendo el servicio en la institución.

Es muy importante conocer cuáles son las expectativas que tienen los estudiantes sobre el programa de administración de empresas, si están a gusto o no, si están comprometidos con la exigencia del nivel educativo, para poder generar las estrategias necesarias para llenar dichas expectativas y generar una total satisfacción del servicio.

Si se desea la excelencia es muy importante conocer qué es lo que está fallando en el programa de administración, para que la universidad implemente cambios e innovaciones necesarias para encontrar soluciones favorables que ayuden a generar una total calidad en el servicio para las generaciones existentes y las nuevas.

En general puede apreciarse que esta investigación será un gran aporte para la universidad ya que con él obtendrá información importante sobre el grado de satisfacción de los estudiantes, permitiéndole generar estrategias, espacios y ofertas académicas más acordes con las necesidades, logrando que dicha institución pueda preparar a sus estudiantes mediante un aprendizaje con estándares de alta calidad.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar el grado de satisfacción del cliente externo frente a la prestación del servicio educativo que la universidad del valle sede Palmira ofrece con el programa de administración de empresas en el primer semestre del 2012.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar cuáles son las características socio demográficas actuales del estudiante que busca el servicio educativo que ofrece la universidad del Valle, sede Palmira, con su programa de Administración de empresas.
- Determinar cuáles son las variables que se deben tener en cuenta para medir el nivel de satisfacción del cliente externo frente al servicio académico ofrecido por la universidad del Valle con su programa de administración de empresas.
- Determinar cuáles son los principales factores que influyen en la satisfacción total del cliente externo respecto al servicio ofrecido por la universidad de Valle, sede Palmira, con su programa académico Administración de Empresas.

4. MARCOS DE REFERENCIA

Expondremos a continuación los marcos de referencia: Contextual Histórico, Teórico, Conceptual y Legal para el desarrollo de la presente investigación, considerándolos como métodos válidos para el diagnóstico del estudio.

4.1 MARCO CONTEXTUAL

La Universidad del valle es una institución de educación superior de carácter público, que educa mediante la generación y expansión del conocimiento en los ámbitos de la ciencia, la cultura y el arte, la técnica, la tecnología y las humanidades, con autonomía y vocación de servicio social¹.

Atendiendo a su carácter de institución estatal, asume compromisos indelegables con la construcción de una sociedad justa y democrática. Está comprometida con la formación y el futuro de Colombia.

La Universidad del Valle Sede Palmira inició actividades en 1986 con 84 estudiantes en 11 programas profesionales, en la modalidad presencial de ciclos básicos.

Actualmente, esta Sede ofrece nueve programas académicos como son: Administración de Empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Industrial, Tecnología de Sistemas, Tecnología en Alimentos, Tecnología en Electrónica, Psicología, Licenciatura en Educación Física y Deportes y Tecnología Agroambiental. Luego de 11 años de funcionar en el Coliseo Municipal, los estudiantes tienen su propia sede.

¹YEIDY EN PÚBLICAS, Universidades Colombia. [En línea]. Publicado el 07. Abril, 2011. Disponible en internet <http://tecnoautos.com/variou/universidades-colombia/universidad-del-valle/>

Después de 22 años de funcionar en el Municipio de Palmira y 11 años en el Coliseo de Ferias Álvaro Domínguez Vallecilla, los más de 2.000 estudiantes de la región cuentan con un espacio propio ubicado en el sector de La Carbonera. El día jueves 11 de junio de 2009 se entregó oficialmente la nueva sede de la Universidad del Valle en Palmira, una edificación de tres pisos construida sobre un lote de 50.000 metros cuadrados, donado por el Ingenio Manuelita S.A. El nuevo edificio cuenta con tres pisos donde funcionan los salones, la cafetería, la biblioteca, las oficinas administrativas y los laboratorios. La primera etapa de la obra tuvo una inversión de 6.000 millones de pesos, producto de los recursos de la Estampilla Prounivalle.

Según el antiguo director de la Sede Palmira, el estadístico Robby Nelson Díaz Vargas, tras recibir esta moderna infraestructura, aclara que el siguiente reto es continuar con la construcción de la Universidad del Valle Sede Palmira y ampliar la oferta académica en el área de posgrados y especializaciones.

Se espera que con la ejecución de la siguiente fase del proyecto, la cobertura educativa se amplíe a 4500 estudiantes y se ofrezcan dos nuevos programas académicos: Trabajo Social, Licenciatura en Lenguas Extranjeras.

La segunda fase sería un edificio similar al que ya se construyó, mientras que en la tercera fase se tiene planeada la construcción de un auditorio con capacidad para 1500 personas².

³ MINISTERIO DE EDUCACION. [En línea]. Disponible en internet <<http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/article-193163.htm>

4.2 MARCO TEORICO

El presente marco teórico se centra, debido a su problema de investigación, en el servicio al cliente, y específicamente hablando en el servicio educativo de excelencia. Por lo anteriormente expuesto es que empezaremos planteando lo relacionado con el servicio al cliente en general.

4.2.1 SERVICIO AL CLIENTE¹

El servicio al cliente suele ser un tema frecuente de discusión en el círculo de los negocios y en general en todo el círculo empresarial, desde hace ya varios años, ganando cada vez más atención, sobre todo en la actualidad en que las empresas compiten a escala mundial para obtener más clientes y ganancias.

No importa qué productos o servicios se ofrezcan, es sumamente importante que se haga del servicio al cliente una prioridad. Muchos negocios gastan millones de dólares en publicidad para atraer clientes, para luego perderlos por una mala prestación del servicio al cliente o por falta del mismo. Para poder conservar a los clientes se debe proveer un servicio de calidad excepcional al cliente.

Al intentar proveer un servicio excepcional al cliente, se debe reconocer que el 95% de los factores que determinan la reputación o imagen de una empresa entre sus clientes actuales y los potenciales, está en las manos de sus colaboradores de primera línea, es decir; los de contacto directo con los clientes. Eso significa que debe dar a dichos colaboradores el entrenamiento, y la autoridad, para asegurarse que sus clientes queden totalmente satisfechos, a la hora de ser atendidos por éstos. No es solamente la calidad de los productos ofrecidos, sino también el servicio con el cual se comercializan.

¹ JOHN Tschohl. Service Quality Institute. <http://www.ganaropciones.com/servicioes.htm>

El servicio se constituye en la experiencia que tiene el cliente para poder satisfacer sus necesidades y colmar sus expectativas. De esta experiencia dependerá sí el cliente regresa o no.

Diversas investigaciones demuestran que los clientes satisfechos no solo compran más, sino que compran con más frecuencia, pero sobre todo, que traen consigo a los clientes muy buenos y los fidelizan también. Según un estudio realizado por la “American Management Association”, el patrocinio que ofrecen los clientes leales rinde el 65% del volumen característico de una empresa.

Como bien puede apreciarse en lo sustentado anteriormente, el servicio al cliente se constituye en una estrategia de competitividad, marketing y crecimiento empresarial. Lo anterior solo si se logra la fidelización de los clientes, tema que a continuación se desarrollará.

4.2.2 LA SATISFACCIÓN DE LOS CLIENTES².

Los clientes se forman una opinión en cuanto al valor de las ofertas mercadotécnicas y toman sus decisiones de comprar con base en dichas opiniones; satisfacer al cliente en una venta, dependerá del rendimiento del producto con relación a las expectativas del comprador y con la experiencia vivida durante ese proceso de compra. Un cliente puede experimentar diferentes grados de satisfacción. Si la actualización del producto no llega a cumplir sus expectativas, el cliente estará insatisfecho. Si la actuación del servidor supera las expectativas, el cliente estará muy satisfecho o encantado.

Vale la pena entonces explicar cómo es que se forman las expectativas los clientes. Las expectativas se fundamentan en las experiencias que tiene el cliente durante su comportamiento de compra, en la opinión de amigos y compañeros y la información y las promesas del comercializador y la competencia.

² KOTLER Philip, ARMSTRONG, Gary. Mercadotecnia. Sexta edición. P. 661.

Los comercializadores deben tener cuidado cuando establecen el grado de expectativas.

Al contacto entre el servidor y el cliente se le conoce como momento de verdad, por cuanto de él dependerá en gran medida si el cliente regresa o no. Para poder que esa experiencia sea satisfactoria, deben establecerse unas expectativas altas, pero ser cumplidas a cabalidad. La promesa debe ser cumplida. Existen pues una serie de determinantes de la satisfacción del cliente que merecen ser ampliados.

4.2.3 VALOR AGREGADO Y SATISFACCION AL CLIENTE

Michael Porte propuso la cadena de valor ³ como el instrumento básico para identificar la manera de crear valor agregado para el cliente.

Cada empresa consta de una serie de actividades desarrolladas para diseñar, producir comercializar entregar y respaldar los productos de la empresa.

La cadena de valor descompone a la empresa en nueve actividades que crean valor con el propósito de entender el comportamiento de los costos en negocios específicos y las fuentes potenciales de diferenciación de la competencia.

Las nueve actividades para crear valor incluyen cinco actividades primarias y cuatro actividades secundarias.

Las actividades primarias entrañan las secundarias para llevar materiales al negocio (logística hacia el interior), operar con ellos (operaciones), enviarlos al exterior (logística hacia el exterior), comercializarlos (mercadotecnia y ventas) y darles mantenimiento (servicio).

³KOTLER, Philip y Armstrong Gary. Mercadotecnia. Sexta edición. P. 663. 664.

Las actividades secundarias se presentan dentro de cada una de estas actividades primarias; el departamento de adquisiciones solo se ocupa de una fracción de la procuración.

Por lo anterior podemos decir que una entidad de educación superior debe conocer muy bien las necesidades de sus clientes ya que a partir de ellas es que se inicia el proceso de prestación del servicio educativo, el cual ejecuta la organización, esto permite que el sistema educativo cree estrategias, metodologías, cronogramas acordes a esas necesidades, y así puedan lograr prestar un servicio de excelente calidad que satisfaga al cliente, por eso se debe conocer muy bien el mapa de procesos y la cadena de valor puesto que éste es el medio más importante de generar valor agregado al servicio o producto que se está ofreciendo ya que le permite identificar a la organización más fácilmente las actividades que no se están haciendo bien o que no generan valor al proceso productivo y por ende al funcionamiento de la estructura organizacional, el conocimiento total del funcionamiento de la cadena de valor permite tomar acciones correctivas en caso de que se hayan cometido errores en el proceso productivo o acciones preventivas para adelantarse a posibles errores que se puedan cometer.

El desarrollo de la tecnología y la administración de los recursos humanos también se presentan en todos los departamentos. La infraestructura de la empresa cubre los gastos fijos de la gerencia general y los departamentos de planeación, finanzas, contabilidad y jurídico, y los aspectos de gobierno correspondiente a todas las actividades primarias y secundarias.

Con este concepto de cadena de valor, la empresa debe estudiar sus costos y desempeño para cada actividad que crea valor buscando la forma de mejorarlos. Además deben estimar los costos y la actuación de los competidores que le servirán como punto de comparación. En la medida que la empresa pueda realizar

ciertas actividades mejor que la competencia, podrá contar con una ventaja competitiva, ya que conociendo muy bien a su mercado objetivo podrá identificar claramente las necesidades de sus clientes. Esta información es primordial ya que permite ajustar los servicios que ofrece la organización a las necesidades del mercado, puesto que para obtener una ventaja competitiva se debe tener un factor diferenciador y ser productivo, la única forma de lograr estos dos aspectos es conociendo muy bien la cadena de valor y ajustándola al medio donde se desenvuelve, indagando constantemente lo que quiere el cliente, ya que un cliente satisfecho, permite un mejor desenvolvimiento de la organización en cuanto a su eficacia y efectividad en sus operaciones dando como resultado el logro de la productividad, el cual es el primer paso para el posicionamiento de la organización.



Grafica 1 Cadena de Valor Michael Porte

Fuentes: Philip kotler, Gary Armstrong. Mercadotecnia. Sexta edición. P. 664.

Es bien importante comprender que para la satisfacción del cliente hay que motivarlo a la compra y a su vez darle el mejor servicio posible para que el nivel de

motivación permanezca y siga percibiendo a la empresa como la idónea para la consecución de ese producto. Es el concepto de motivación una clave del servicio al cliente, y por tanto debe ser desglosado mejor.

4.2.3.1 Motivación del Cliente es lo que Determina la Calidad del Servicio⁴

Con excesiva frecuencia, las empresas prejuzgan la motivación del cliente. Absortas en el rendimiento técnico de sus productos e ignorantes de la motivación real de la compra, establecen políticas inadecuadas de calidad del servicio. Por ejemplo son muchas las empresas que proponen un tiempo de respuesta en caso de avería, mientras que la preocupación real del cliente está en saber si podrá disponer inmediatamente de una máquina que sustituya a la menor brevedad.

Para mantener el nivel de excelencia, es fundamental saber que el comprador de perfume compra esperanza, que el que compra vacaciones compra ausencia de preocupaciones. Cuando se vende enseñanza, el cliente compra aprendizaje. Es lo que las personas esperan recibir para satisfacer su necesidad de acuerdo al producto o servicio que adquiere por su compra.

Hoy en día, debido al alto número de competidores, e igualdad en la calidad y precios de los productos, la clave del éxito está en ofrecer un excelente servicio o atención al cliente. Por eso las organizaciones deben tener presente que la mejor forma de poder lograr satisfacción tanto en los clientes como en los empleados, es tener motivados a los trabajadores ya que de ellos depende que se preste un muy buen servicio de calidad, porque un trabajador motivado y satisfecho no sólo logrará una mayor producción en su trabajo, sino que también contagiará su motivación y satisfacción a los clientes, ofreciéndoles un buen servicio o atención, por iniciativa propia.

⁴HOROVITZ Jacques. La calidad del servicio a la conquista del cliente. P. 13.

En definitiva, hoy por hoy, no cabe la menor duda que satisfacer a los clientes con un excelente servicio es la mejor estrategia de fidelización y que de lograrlo depende en gran medida la sostenibilidad y crecimiento de las organizaciones. Desde los años 80 se dio comienzo a toda una serie de sustentaciones frente a esta necesidad, constituyéndose así el servicio al cliente en una estrategia competitiva de las más importantes. Es así como el llamado gurú del servicio al cliente planteó su filosofía llamada “el servicio es primero”, la cual se expone a continuación.

4.2.4 EL SERVICIO ES PRIMERO⁵

En enero de 1980 John Tschohl Presidente de Service Quality Institute introdujo el primer programa de servicio al cliente. Basado en conceptos simples tales como: “Cuando usted trata a sus clientes como reyes y reinas serán más leales, gastaran más dinero con usted y generarán mas comunicación verbal positiva. Otro es: “La base de satisfacer al cliente se basa en el trabajo en quipo, manejando las quejas y al cliente irritado”. A esto último lo llamó la recuperación del servicio.

Tal vez lo más difícil de el servicio al cliente de calidad es cómo manejar a los clientes irritados. Para ello propone que tiene que ser una intención inmediata, es decir; que el cliente necesita nuestra atención ya, y si fallamos en dar esa atención necesaria, inevitablemente terminamos con un cliente insatisfecho que nunca regresará. Para todo el proceso del servicio es primero, este autor sugiere cinco principios básicos que hay que tener en cuenta, los cuales se enuncian como sigue: 1. Siéntase bien consigo mismo y con el trabajo que realiza; 2. Practique hábitos de cortesía; 3. Use comunicación positiva, 4. Escuche y haga preguntas para entender las necesidades y expectativas del cliente; 5. Actúe

⁵JOHN Tschohl. Service Quality Institute. Video de la teoría del Servicio es Primero [En línea]. El 18 de Enero de 2010. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.youtube.com/watch?v=-FLR87-qFKw>

profesionalmente en cada aspecto de su trabajo. Estos principios son una forma básica y práctica de hacer servicio al cliente de calidad, lógicamente que se requiere el desarrollo de unas habilidades que son parte de un entrenamiento para poder lograrlo.

Sin embargo, y pese a que la calidad del servicio debe ser una constante general para cualquier giro de una organización, hay indicadores diferenciadores para algunos y por ello los de la educación están claramente definidos, haciéndose necesario en este marco teórico desglosarlos.

4.2.5 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO EDUCATIVO⁶

Se puede afirmar que son seis las características básicas que distinguen el servicio educativo, de cualquier otro servicio o producto en general. La primera característica es que el servicio educativo es en gran medida intangible, es decir; el servicio educativo es el resultado de un cumulo de esfuerzos, acciones y gestiones de los miembros de una comunidad educativa; no es un objeto ni algo palpable. Sin embargo los avances en la pedagogía han aportado para suplir esta falencia con la determinación de algunos indicadores que permitan que este servicio pueda cuantificarse y hacerlo más tangible.

Aquí el concepto de tangibilidad hace referencia a que cuando se ofrece el servicio educativo no hay forma de demostrarlo tangiblemente, de hecho, el servicio educativo como producto” es consumido, pero no puede ser poseído”.

La concepción de intangibilidad aplicada al servicio educativo, contempla dos ideas:

⁶BARANDICA Maribel, ROLDAN Paola Andrea. Diagnostico de la calidad de los servicios que ofrece la universidad del valle a los estudiantes de administración. Tesis. Mayo de 2004. P. 17, 18, 19.

- No puede ser tocado ni palpado.
- Solamente puede ser definido, formulado o alcanzado a través de su filosofía, principios, valores, misión y visión.

La segunda característica es que se trata de un servicio que es simultáneamente producido y consumido: Usualmente los productos son producidos y después consumidos. El servicio educativo es vendido, producido y consumido de forma simultánea.

La tercera característica es que no es un servicio estandarizado ni uniforme: El servicio educativo al igual que otros tantos se basa en personas o equipos, pero es el componente humano el que prevalece, en consecuencia no es fácil que sea producido siempre de igual manera.

La cuarta característica es que es un servicio que no puede ser almacenado, al contrario del producto, el servicio educativo no admite ser almacenado para la venta y consumo posterior.

Respecto a la quinta característica, el servicio educativo no admiten ser protegido por patentes: El servicio educativo puede ser copiado fácilmente, por este motivo es importante que disfrute de una buena imagen adquiriendo características diferenciales las cuales se logran con la exposición clara de la misión, visión y los principios filosóficos.

Finalmente, la sexta característica consiste en que al servicio educativo es difícil establecerle un precio: Como el producto del trabajo del servicio educativo se apoya en el talento humano, los costos de producción son variables, pues son estipulados objetivamente. En este aspecto el Ministerio de Educación Nacional proporciona una herramienta a través de la implementación de los procedimientos para la caracterización de las instituciones de educación,

procedimiento éste que le brinda la posibilidad a las organizaciones de ponerse al margen de sus necesidades financieras.

Mercadear el servicio educativo es poder tener la posibilidad de mirar, revisar analíticamente la estructura de la organización para de esta manera proyectarla. Esta perspectiva debe brindar la posibilidad de retomar en forma analítica cada uno de los elementos internos pero también los del entorno. Hay que observar detalladamente la empresa educativa, de tal manera que se pueda definir el servicio que se vende así como la funcionalidad de éste.

A partir de esta caracterización diferenciadora del servicio educativo respecto a cualquier otro, es que deberán tenerse en cuenta los parámetros para poder definir la satisfacción del mercado del negocio educativo, así:

- Grupo de clientes servidos.
- Las necesidades específicas de esos clientes, definidas a través de las funciones de uso de los servicios.
- La tecnología o producto empleado para satisfacer las necesidades: la adopción de tecnologías deferenciales en los servicios educativos permite no solo ventajas competitivas, sino que se constituye en un factor clave del éxito.
- El carácter de la institución educativa.
- La relación entre el negocio educativo y su mercado

Desde el punto de vista del mercado educativo, el éxito del propósito fundamental está definido a través de la misión y se traduce en el beneficio de los servicios a los clientes. El dar a conocer y comunicar la misión se convierte en un factor predominante para mercadear el servicio. Es establecer relaciones duraderas con los clientes, ya que esto permite que las personas se encuentren satisfechas con el servicio y así puedan estar dispuestos a pagar sin ningún inconveniente por lo que han adquirido.

Con esta idea la forma de mercadear el servicio consiste en crear intencionalmente estrategias para mantener la relación con nuestros clientes. A partir de esta afirmación se podrían plantear algunas inquietudes: ¿Cómo crear y mantener esa relación con nuestros clientes estudiantiles? Parece simple, pero es de la misma manera en que se crea y mantienen nuestras relaciones personales, es decir, a través de lo que se dice y se hace. Implica, por tanto, dedicación y concentración de las energías del personal en una actividad específica. Esto permitirá el posicionamiento en el mercado meta, prestando atención a la misión así como al mercado. También es importante definir la misión del negocio educativo para que tanto clientes internos como externos conozcan lo que se está haciendo y qué se quiere hacer.

Para definir la misión, se debe tener en cuenta con los clientes externos, los siguientes aspectos:

- Deshacerse de cualquier jerga o término técnico.
- Buscar un resultado valorado, no una característica valiosa.
- No suponer que su mercado valora las mismas cosas que valora la institución.
- Tener cuidado de no llegar a perder credibilidad aparente; utilizando frases y palabras de moda.

Sin embargo, ninguna estrategia de servicio al cliente sería buena a menos que su administración y gestión sean las correctas. Es por ello que la administración del servicio de calidad es fundamental.

4.2.8 GERENCIA DEL SERVICIO ⁷

La gerencia del servicio es un método organizacional total para hacer del mejor servicio la fuerza motriz de un negocio.

Es un concepto transformativo, una filosofía, un proceso de pensamiento, un conjunto de valores, actitudes y un conjunto de métodos. La razón más importante de lograr un mejor conocimiento del cliente y de hacer del servicio una fuerza motriz, es la de crear una diferencia con los competidores.

Uno de los métodos más poderosos de crear diferenciación en el mercado es vinculando la calidad del servicio con la calidad del producto, se le llama por algunos teóricos ventaja competitiva por transacción. Aquí es donde muchos negocios tropiezan con un dilema aparente. Frecuentemente sienten la presión de salir adelante con presupuestos y líneas de producción. Empiezan a considerar la calidad del servicio y la necesidad muy real de la responsabilidad fiscal como una cosa u otra. La figura 2.1 muestra cómo se puede empezar a ejercer tracción de tres maneras.

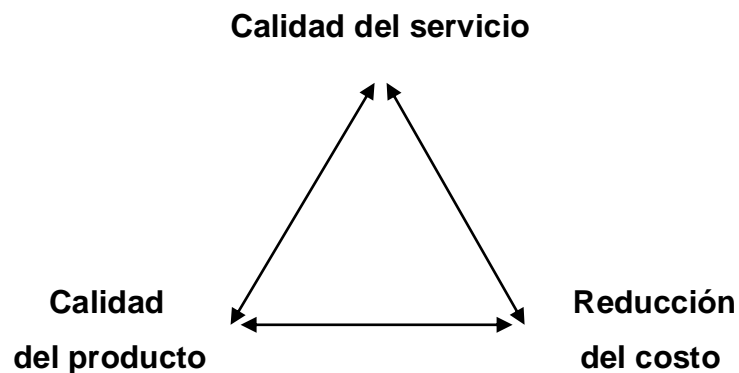


Figura 2.1. Lawrence J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. El modelo de opción dimensional. P. 25.

¹¹KARL Albrecht y LAWRENCE J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. P. 24.25.26

Mientras se reconoce la necesidad de calidad del producto y la calidad del servicio, ambas pueden sentir la tracción de una tercera dimensión; la reducción del costo. Este modelo representa tres aspectos importantes de la gerencia del servicio. Es sorprendente cómo muchos negocios quedan atrapados al hacer una elección forzada entre estos tres elementos. Cuando un negocio ve cada línea del modelo como una dicotomía de una u otra cosa, sintiéndose obligado a escoger entre calidad del servicio o reducción del costo, entre calidad del producto o calidad el servicio o entre calidad del producto o reducción del costo, entonces se limitan las opciones para decisiones inteligentes en el negocio. Lo que deben reconocer los propietarios y jefes es que se puede crear una opción de tanto-como en cada dimensión; tanto calidad en el servicio como calidad del producto; tanto calidad del servicio como reducción del costo; tanto calidad del producto como reducción del costo.

La gerencia del servicio crea una organización centrada en el cliente que hace de las necesidades y expectativas del cliente el foco central del negocio. Cuando hay manejo del servicio, se estructuran para facilitar que el cliente haga negocio con otros. Todas las interacciones con los clientes se rigen por un principio único e inviolable: el cliente no siempre puede tener la razón, pero siempre esta primero.

4.3 MARCO CONCEPTUAL

Como marco conceptual, se presentarán a continuación las definiciones contextualizadas de los conceptos más técnicos que tienen una gran importancia, en el marco teórico de esta investigación y que servirá de ayuda o guía para el estudio y lectura de la misma.

El servicio, genera un valor agregado que es perceptible por el cliente en el mismo momento en que éste establece internamente su grado de satisfacción, es decir el

valor agregado percibido y la satisfacción obtenida son simultáneos¹ tanto del que lo brinda como del que lo recibe.

Por eso el Cliente, es el consumidor que adquiere un bien o un servicio de una empresa y satisface en igual o mayor grado sus expectativas; lo cual hace que esas variables de satisfacción o satisfactores obtenidos, induzcan a este consumidor a iniciar un proceso de fidelización hacia ese producto, esa marca o esa organización empresarial². Por ende esto se logra con la adquisición de un muy buen servicio.

Por esta razón el servicio al cliente, proporciona asistencia a los clientes de tal forma que esto redunde en el mayor grado de satisfacción y que además sea concordante con su objetivo. Por lo tanto se fundamenta el servicio al cliente en la preocupación constante por la preferencia de los clientes, tanto en el nivel de la interacción con ellos como en el diseño de los escenarios apropiados donde se presenta el servicio³. Pero se debe medir el servicio al cliente tanto interno como externo ya que esto es lo que fortalece a la organización.

Por tanto un cliente interno, no solamente es quien tiene una relación comercial con su empresa hacia los cuales debe manifestarse un valor agregado perceptible, si no que existe otro, de una categoría similar o más importante para la empresa, que sirve de soporte, y que le ayuda a incrementar sus utilidades y posicionar el negocio y sus productos⁴.

¹DOMÍNGUEZ COLLINS, Humberto. El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente. Primera Edición. Bogotá DC: ecoe ediciones. Enero de 2006. P. 7.

² CENTRO VIRTUAL DE NOTICIAS DE LA EDUCACIÓN. Boletín de prensa de la universidad del valle. [En línea]. Miércoles, 10 de Junio de 2009. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.mineduacion.gov.co/cvn/1665/w3-article-193163.html>

³DOMÍNGUEZ COLLINS, Humberto. El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente. Primera Edición. Bogotá DC: ecoe ediciones. Enero de 2006. P. 7.

⁴ Ibid., P. 4.

Así mismo un Cliente externo⁵, comprende a los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe dirigirse las acciones estratégicas para que se manifieste un valor agregado perceptible y una calidad de servicio que verdaderamente establezca una diferencia.

Se puede mirar como un individuo que es el punto vital para cualquier empresa o institución; ya que sin él no habría una razón de ser para los negocios.

Así mismo un Cliente externo, comprende a los intermediarios que directamente tienen relación con la empresa y hacia los cuales debe dirigirse las acciones estratégicas para que se manifieste un valor agregado perceptible y una calidad de servicio que verdaderamente establezca una diferencia. Se puede mirar como un individuo que es el punto vital para cualquier empresa o institución; ya que sin él no habría una razón de ser para los negocios⁶. Por lo tanto un cliente debe quedar satisfecho con el servicio que está recibiendo, para que allá una interacción con el que ofrece como con el que recibe.

Por eso la satisfacción del cliente, expresa el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas⁷. Las personas demuestran sus emociones, sus intereses, en la medida que van aumentan su grado de satisfacción por el nivel de calidad y el servicio que reciben, reflejándose en la constante adquisición del servicio.

⁵Ibid., P. 5.

⁶Ibid., P. 5.

⁷KOTLER, Philip Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición. P. 40, 41.

De igual forma la calidad, se identifica con el grado de satisfacción que ofrecen las características del servicio, en relación con las exigencias del consumidor al que se destina, es decir un servicio es de calidad cuando satisface las necesidades y expectativas del cliente o usuario, en función de determinados parámetros tales como seguridad, fiabilidad y servicio prestado⁸.

Finalmente se puede deducir que la Investigación de Mercados, analiza el comportamiento del cliente, aportando información documentada de lo que el cliente quiere necesita, prefiere, teme y valora. Comprende la averiguación de la identidad de los servicios potenciales y donde viven; el conocimiento de sus ingresos y de la relación gasto-compra⁹. Obteniendo la información que necesita para la toma de decisiones basadas en la mezcla del marketing.

4.4 MARCO LEGAL

4.4.1 ISO 9001:2008. Diseño y planificación centrados en la satisfacción del cliente¹.

4.4.2 Ley 115 de 1994. Establece que la educación es un proceso de formación permanente, personal, cultural y social que se fundamenta en una concepción integral de la persona humana, de su dignidad, de sus derechos, y de sus deberes. Señala las normas generales para regular el Servicio Público de la Educación que cumple una función social acorde con las necesidades e intereses de la personas, de la familia y de la sociedad².

⁸CANELA LÓPEZ, José Luis. La Gestión por Calidad Total en la Empresa Moderna. P. 17.

⁹RIBEROS SILVA, Pablo Emilio. Sistema de gestión de la calidad del servicio sea el líder en mercados altamente competidos. Ecoe ediciones. Tercera edición actualizada. P. 128.

¹ ISO 9001:2008. Normas 9000 herramientas i información. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>

² LEY 115 DE 1994. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Febrero 8 de 1994. Disponible en Internet: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

Se fundamenta en los principios de la Constitución Política sobre el derecho a la educación que tiene toda persona, en las libertades de enseñanza, aprendizaje, investigación y cátedra y en su carácter de servicio público.

4.4.3 Ley 1188 de 2008. Con el Decreto 2566 de 2003 que establecen las condiciones y procedimientos que deben cumplirse para ofrecer y desarrollar programas académicos, y fija, previo trabajo con la comunidad académica, las condiciones básicas o mínimas de calidad, con lo cual se establece como meta la obtención de un registro calificado, indispensable para el funcionamiento de los programas académicos³.

4.4.4 Ley 30 de 1992. El Sistema Nacional de Acreditación en Colombia, se creó esta ley, con el objeto fundamental de garantizar a la sociedad que las instituciones de educación superior que hacen parte de él, cumplen los más altos requisitos de calidad y que realizan sus propósitos y objetivos. Se trata de un instrumento de fomento de la calidad de la educación superior, distinta a la inspección y vigilancia, que le compete constitucionalmente al Estado para garantizar la calidad de la educación y el cumplimiento de sus fines⁴.

4.4.5 Ley 1014 de enero de 2006. Objetivo de la ley: "promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley"⁵.

³ LEY 1188 DE 2008. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Abril 25 de 2008. Disponible en Internet: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-159149_archivo_pdf.pdf

⁴ LEY 30 DE 1992. [En línea]. El Congreso De La República De Colombia. Diciembre 28 de 1992. Disponible en Internet: http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1992/ley_0030_1992.html

⁵ LEY 1014 DE 2006. De fomento de la cultura de emprendimiento. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Colombia. Enero de 26 de 2006. Disponible en Internet: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf

4.4.6 Artículo 12. Derechos De Los Estudiantes⁶. Derechos del estudiante. El estudiante, para el mejor desarrollo de su proceso formativo, tiene derecho a:

a) Conocer oportunamente el Reglamento y el Plan de actividades de Proyección Social, b) Recibir orientación de tipo académico desde su ejercicio profesional, o personal por un tutor asignado por el Director del programa cuando sea necesario en apoyo con el Director(a) de Proyección Social en el desarrollo de su formación integral, c) Gestionar espacios para ejecutar programas de Proyección Social, d) Aplicar los conocimientos adquiridos en la academia en beneficio de los grupos más vulnerables.

4.4.7 Decreto 4790 de diciembre de 2008. "Por el cual se establecen las condiciones básicas de calidad del programa de formación complementaria de las escuelas normales superiores y se dictan otras disposiciones"⁷.

4.4.8 Resolución 2900 de mayo de 2007. Por la cual se valida el modelo de Gestión de Calidad EFQM (European Foundation for Quality Management)⁸.

⁶ ARTICULO 12.Derechos de los Estudiantes. Reglamento de proyección social.[En línea]. Disponible en Internet:

http://www.cedinpro.edu.co/contenido_c/regulations/REGLAMENTO_DE_PROYECCION_SOCIAL.pdf

⁷ DECRETO 4790 DE 2008. El Congreso De La República De Colombia. Ministerio de educación nacional. [En línea]. Diciembre 19 de 2008. Disponible en Internet:http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-179246_archivo_pdf.pdf

⁸ RESOLUCIÓN 2900 DE 2007. El Congreso De La República De Colombia. Ministerio de educación nacional.[En línea]. Mayo 27 de 2007. Disponible en Internet: http://www.mineducacion.gov.co/1621/articles127452_archivo_pdf.pdf

5. METODOLOGIA

La presente investigación es un estudio de campo, descriptivo cualitativo, por medio del cual se busca identificar la percepción que tienen los estudiantes respecto al servicio al cliente ofrecido por la Universidad del Valle Sede Palmira con su Programa de Administración de Empresas. Para el logro de dicho fin se hicieron necesarias una serie de fases metodológicas las cuales se describen a continuación:

- **Fase Exploratoria:** En esta fase se recogió la información necesaria como base para dar inicio al estudio y así estructurar y llevar a cabo la investigación, igualmente las consultas y recopilación exhaustiva de documentos, la cual se hizo mediante la revisión de la literatura y consulta documental. Como consecuencia se obtuvieron ciertos rastros y testimonios que proporcionaron información útil de otras investigaciones que se enfocaron en la evaluación del grado de satisfacción de los estudiantes de la educación superior y dieron pie para que se tuvieran en cuenta ayudando al buen desarrollo del estudio en cuestión. Esta información se buscó por medio de libros, obras literarias, investigaciones, informaciones, periódicos, tesis de grado, documentos escritos, revistas, recogidos en diferentes bibliotecas de universidades tanto públicas como privadas, elaborados por distintas personas, organizaciones e instituciones, esto se hizo con el propósito de informarnos, orientarnos y ayudarnos a la mejor formulación y delimitación del problema, dando como resultado un conocimiento más amplio sobre la realidad del objeto de estudio.
- **Fase de Diseño del Instrumento:** En esta fase se diseñó el instrumento de medición de la percepción del servicio al cliente que tienen los estudiantes para así poder cumplir con el objetivo general propuesto. Para su construcción se buscaron instrumentos que tuvieran el mismo propósito en otras investigaciones, y por ello nos basamos en 3 cuestionarios que también fueron

empleados para evaluar la satisfacción de los estudiantes universitarios frente a su servicio educativo.

El primer cuestionario que se tuvo en cuenta para la elaboración de este proyecto, fue el que se ejecuto en la Universidad de Los Andes Táchira en Venezuela para investigar la satisfacción de los estudiantes de la Carrera de Educación (SEUE)¹, el segundo cuestionario fue empleado en la Universidad Austral de Chile², la cual evaluó el grado de satisfacción que perciben los estudiantes de pregrado de la facultad de ciencias económicas y administrativas de dicha universidad, respecto a los métodos de enseñanza y aprendizaje utilizados. Y el último fue el que se aplicó en la Universidad Politécnica de Madrid³, la cual evaluó el índice de satisfacción del alumno en cuanto a una serie de factores definidos, entre los cuales tenemos la organización de la enseñanza, Instalaciones e infraestructura para el proceso formativo, Plan de estudios y su estructura, etc.

Una vez confrontados se determinó qué ítems se repetían, se parecían o preguntaban lo mismo y cuáles no aplicaban en el contexto metodológico e institucional de la Universidad del Valle sede Palmira. Luego de este análisis, se seleccionaron los pertinentes, haciendo una fusión entre estos tres cuestionarios. Vale la pena recalcar que algunos ítems fueron modificados para dar mayor claridad al tema de investigación utilizando una traducción acorde a nuestro lenguaje para que fuera interpretado con mayor claridad por los estudiantes.

¹ UNIVERSIDAD AUSTRAL DE CHILE. Ana Catalina Valenzuela Rettig Carlos Manuel Requena. [En línea]. Valdivia – Chile 2006. Formato html. Disponible en Internet: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17108/2/articulo_2.pdf

² UNIVERSIDAD DE LOS ANDES. SAMUEL GENTO PALACIOS / MIREYA VIVAS GARCÍA. [En línea] Septiembre 2003. Formato html. Disponible en Internet: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/fev161g/doc/fev161g.pdf>

³ UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID. Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.euatm.upm.es/ANECA/anexo.pdf>

A continuación se muestra la estructura de cada uno de ellos para que se pueda tener una idea más clara de lo que finalmente fue escogido y modificado y por qué. La estructura final del cuestionario que se aplicó en la presente investigación se desglosa en lo concerniente al método o instrumento del capítulo metodológico.

Estructura del Cuestionario Empleado en la Universidad de los Andes Táchira Venezuela. A continuación se desglosan los indicadores que fueron medidos con este cuestionario:

Condiciones Básicas de Infraestructura: Limpieza de las instalaciones, Ventilación de las aulas, Aislamiento de los ruidos, Comodidad del mobiliario, Espacios para la enseñanza, Espacios para el estudio, Instalaciones sanitarias, Disponibilidad de agua potable, Espacios para el descanso, Espacios para la recreación, Instalaciones de la biblioteca, Instalaciones del comedor e Instalaciones deportivas.

Servicio de la Institución: Servicio bibliotecario, Dotación de la biblioteca, Oficina de Registro y Control Estudiantil, Proceso de admisión e inscripción, Acceso a computadoras para realizar trabajos académicos, Acceso a Internet y correo electrónico, Servicio de reproducción y fotocopiado, Higiene de los alimentos en el comedor, Cantidad de alimentos ofrecidos, Calidad de la alimentación, El apoyo que brinda el Centro de Estudiantes, Servicio médico – odontológico y Transporte.

Condiciones de Seguridad: Del edificio (salidas de emergencia, existencia de extintores), Mobiliario (Sin aristas peligrosas, materiales rompibles o inflamables), Transporte (Del vehículo, de la ruta), Zonas de esparcimiento, Instalaciones deportivas y Alrededores de la institución.

Consideración de la Situación Económica: Las actividades académicas, extra cátedras, Servicio de comedor, Servicio de transporte, Servicios médico-asistenciales, Asignación de becas y Adquisición de materiales de estudio.

Seguridad Emocional por el Trato Afectuoso: Profesores, Compañeros de grupo, Otros alumnos de la universidad, Autoridades de la universidad, Personal administrativo, de la biblioteca, del comedor y del servicio médico.

Sentido de Pertenencia a la Institución y al Grupo de Clase por la Aceptación: Las autoridades, Jefes de Departamentos, Profesores, Personal administrativo, de servicios, compañeros de clase, El contexto social por ser estudiante de la institución, Consideración y respeto a sus ideas y propuestas en el aula, Representación en las diversas instancias de la institución y Participación en las políticas y proyectos institucionales.

Proceso de Enseñanza y Aprendizaje: Plan de estudios de la Carrera, Contenido de las asignaturas, Régimen de estudios (anual/semestral), Proceso de admisión e inscripción, Materiales impresos y audiovisuales disponibles, Dominio de los contenidos y actualización de los profesores, Nivel de exigencia, Sistema de evaluación, Orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta, Metodología de enseñanza, Comunicación con los profesores en el aula, Formación práctica, Vinculación con los futuros centros de trabajo, Vinculación con el contexto nacional y regional, Asistencia a clase de los profesores, Acceso a las diversas manifestaciones culturales (teatro, cine, conciertos), Cursos extra cátedras para optimizar su formación, Incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza y Servicio de asistencia y asesoramiento psicológico.

Logros Personales: Resultados o calificaciones obtenidas, Conocimientos adquiridos, Dominio de técnicas de estudio y trabajo intelectual alcanzados,

Formación ciudadana obtenida (valores desarrollados), Habilidades y destrezas para el trabajo docente desarrolladas, Desarrollo integral de su personalidad.

Reconocimiento del Éxito Personal: Institución y sus autoridades, Profesores, Alumnos de su grupo, Demás alumnos de la universidad y el Contexto social.

La Autorrealización: Por poder hacer lo que verdaderamente quiere y está en capacidad de hacer, Saber que cada día va adquiriendo mayores conocimientos y destrezas, Libertad de que goza en la institución, Autonomía de que goza en la realización de sus trabajos, Desarrollo de su creatividad y Futuro profesional.

Estructura del Cuestionario Empleado en la Universidad Austral de Chile.

Métodos de Enseñanza y Aprendizaje: Clases teóricas (Motivación del docente a participar en clases, Entrega de material docente, Utilidad del material entregado, Oportunidades de realizar trabajos grupales, Aplicabilidad de los conocimientos al campo laboral, Oportunidades de discusiones durante las clases, Coherencia entre lo enseñado en diferentes asignaturas y Vocabulario y material de apoyo utilizado); Clases Prácticas (Cantidad de clases prácticas, Utilidad de las clases prácticas, Disposición de ayuda del personal encargado, Disponibilidad de computadores en clases prácticas, Calidad de los computadores, Frecuencia en que se utilizan los computadores, Utilidad y Disponibilidad del laboratorio de inglés); Visitas a Terreno y Prácticas Profesionales (Oportunidades dadas por la Universidad, Oportunidades de establecer lazos con profesionales del área, Frecuencia de las visitas a terreno que realiza tu universidad, Entrega de financiamiento para acudir al lugar de la visita, Utilidad de las visitas a terreno, Estudio de los casos vistos en las visitas y Apoyo para realizar la práctica profesional; Organización de Carreras y Equipo docente e infraestructura de dicha facultad.

Evaluaciones: Plazos reglamentados a comienzo de cada semestre (Aviso oportuno sobre fechas de evaluaciones, Entrega oportuna de casos aplicados, Entrega de calificaciones en plazos reglamentarios, Entrega oportuna de pautas de corrección de evaluaciones, Cumplimiento de fechas pactadas según programa y Coherencia entre fechas pactadas en diferentes asignaturas); Confección de pruebas y corrección; (Coherencia con la materia enseñada en clases, Dificultad coherente con la dificultad aplicada en ejercicios, Claridad en las pautas en relación a la evaluación, Claridad en la redacción de las evaluaciones, Claridad y Consistencia en los criterios de evaluación); Retroalimentación (Disposición para analizar y discutir las evaluaciones, Procedimientos de apelación respecto de notas dadas y Reforzamiento de lo mal evaluado por parte del docente).

Organización de las Carreras: Centro de Alumnos (Representatividad de la universidad, Información entregada por la universidad, Solución de problemas por la universidad, Preparación de la semana de la universidad, Entrega de información contingente y a tiempo y Grado de compromiso con los estudiantes); Dirección de la universidad (Calidad de la atención en la Secretaría de cada universidad, Calidad de atención del respectivo Director de la universidad, Disponibilidad de tiempo para atender a los estudiantes, Grado de coherencia con Centro de Alumnos, Entrega de información pertinente, Respuesta oportuna de resoluciones, Grado de compromiso con los estudiantes); Decanato de la facultad (Calidad de atención en Secretaría, Calidad de atención del respectivo Decano y Grado de compromiso con los estudiantes); Malla Curricular (Estructura de Malla Curricular, Congruencia de las asignaturas cubiertas por la malla y Cantidad de Ramos Optativos); Equipo Docente (Disponibilidad de atención en oficina, Trato con los estudiantes, Calidad académica del profesorado, Puntualidad y cumplimiento de horas de clases, Claridad en la exposición de contenidos, Motivación a los estudiantes a participar en clases, Cumplimiento con el programa del curso y Disposición de los profesores a atender consultas).

Infraestructura de la Facultad: Disponibilidad de los laboratorios de computación, De salas de estudio, De biblioteca, De libros y material bibliográfico y Calidad de los edificios que componen la Facultad.

Información Adicional: Volvería a estudiar en la Facultad, Recomendaría a otras personas estudiar en la Facultad y Sentimiento de identificación con la Facultad.

Estructura del Cuestionario Empleado en la Universidad Politécnica de Madrid.

Organización de la Enseñanza: Carga lectiva adecuadamente distribuida a lo largo del curso, Tiempo de duración de las clases bien establecidos, Distribución de los exámenes de manera correcta, En las asignaturas con distinto profesorado para teoría y práctica hay una buena coordinación y La publicación de las convocatorias de examen se hace con suficiente antelación.

Instalaciones e Infraestructura para el Proceso Formativo: Aulas y equipos adecuados para las actividades a desarrollar, Espacios equipados destinados al trabajo y al estudio adecuadamente, Laboratorios equipados adecuadamente, Biblioteca y sala de lectura bien acondicionadas y amplias, Bibliografía suficiente para estudiar, Servicio de reprografía eficiente e Instalaciones, en general adecuadas.

Plan de Estudios y su Estructura: Programas con información amplia y detallada (objetivos, criterios evaluación, etc.), Mapa curricular bien definido, Oferta de optatividad que posibilita el diseño de itinerarios curriculares y Amplitud de los temarios acorde con los créditos reconocidos.

Acceso y Atención al Alumnado: Programa eficaz de atención al alumno, Programa adecuado de apoyo pedagógico para el aprendizaje, Servicio eficaz de

quejas y sugerencias, Programa adecuado de desarrollo personal y de inserción laboral y Actividades complementarias extracurriculares que colaboran con la formación integral del alumno.

Proceso de Enseñanza y Aprendizaje: Metodologías que favorecen una implicación activa del estudiante, Procedimientos y criterios de evaluación ajustados a lo explicado y a los objetivos de los programas, Atención adecuada de la movilidad del estudiante, Existencia de suficientes opciones para la realización de prácticas en empresas, Horarios de tutorías compatibles con las clases, Cumplimiento de las tutorías por los docentes y Asistencia y ayuda eficaz recibida en tutorías.

- **Fase de la Prueba Piloto:** La prueba piloto o prueba previa se refiere a la prueba del cuestionario en una muestra reducida de encuestados a fin de identificar y eliminar los problemas potenciales; incluso el mejor cuestionario puede mejorarse por medio de esta prueba previa¹. Se realizó con 10 estudiantes de la universidad, para comprobar que las preguntas fueran comprensibles para ellos y saber a ciencia cierta si con esas preguntas se obtendría la información necesaria para el cumplimiento de los objetivos propuestos.
- **Fase de Medición:** Se aplicó el cuestionario final, el cual como ya se dijo se describe en los métodos empleados, de manera auto administrada, a la muestra seleccionada de estudiantes de la universidad del Valle sede Palmira,

¹ [Ibid,] pag. 341

con el fin de recolectar la información requerida para cumplir con el objetivo general propuesto.

- **Fase de Tabulación y Análisis de Resultados:** En esta fase se totalizaron las respuestas obtenidas para cada uno de los enunciados, luego se tabularon por categorías y se hicieron las ponderaciones del caso. Finalmente se pasó al análisis de la información tabulada.
- **Fase de Conclusiones y Recomendaciones:** Con base en los análisis realizados, se dedujeron las conclusiones pertinentes y se hicieron las recomendaciones respectivas.

5.1 MÉTODOS

Para recopilar la información necesaria para la presente investigación, se emplearon los siguientes métodos:

5.1.1 FUENTES DE INFORMACIÓN

Se subdividen en dos grandes grupos: Fuentes Primarias y Fuentes Secundarias, siendo parte de una misma secuencia que ayuda al inicio de la investigación y concluye con el desarrollo del trabajo.

5.1.1.1 Fuentes Primarias: Se obtuvieron con la ayuda de la recolección de datos, por medio de un cuestionario que se realizó a los estudiantes de la facultad de administración de empresas de la universidad del valle sede Palmira.

5.1.1.2 Fuentes Secundarias: Otra parte de la información recopilada para desarrollar el presente trabajo se obtuvo a partir de la revisión de estudios

anteriores de educación superior en Colombia, estudiantes que están recibiendo el Servicio Educativo y los que prestan el servicio en la institución, documentos, páginas web, textos de la Biblioteca de la Universidad del Valle sede Palmira y de la Biblioteca Departamental Cali.

5.1.2 CUESTIONARIO

Para dar cumplimiento a los objetivos tanto general como específicos, se aplicó un cuestionario estructurado, de 47 preguntas de selección múltiple con única respuesta. Se trata de un cuestionario con preguntas sencillas de responder y redactadas de tal forma que son de fácil comprensión para quien lo responde. Comienza con un encabezado introductorio en el que se da a conocer su propósito y la importante que sea respondido a conciencia y con la mayor sinceridad posible. Para facilitar este hecho es anónimo, es decir; no se tiene que colocar el nombre de quien lo responde.

Posteriormente sigue el grueso de las preguntas encaminadas a medir los indicadores estipulados para conocer la percepción que se tiene del servicio al cliente, y así cumplir con los objetivos del presente trabajo. A continuación se plantea la estructura del mismo.

5.1.2.1 Estructura del Cuestionario:

Después de analizar la estructura de los instrumentos anteriores, se realizó una selección de preguntas acordes con las necesidades de la presente investigación, y sobre todo con el contexto de la universidad del Valle, sede Palmira y con la temática de investigación. Por consiguiente el cuestionario se estructura de la siguiente manera: 7 indicadores de medición, para determinar el nivel de satisfacción que tienen los estudiantes respecto a la Organización de la

Enseñanza, se analiza la planificación del Programa Formativo (La carga electiva, los tiempos de duración de las clases y la distribución d los exámenes es correcta), responden a las necesidades de los estudiantes del plan de estudios en tiempo y forma.

Así como se mencionó en el indicador anterior se deben citar cuántos ítems corresponden a este segundo indicador. El segundo es el Servicio de la Institución, En este apartado se analizan las infraestructuras, instalaciones y equipamiento necesario para desarrollar el Programa Formativo. Se comprueba si los medios materiales (espacios, instalaciones, la coordinación, recursos bibliográficos, nuevas tecnologías, los computadores, etc.) son suficientes para garantizar el funcionamiento de los servicios correspondientes a la enseñanza, tratando de verificar si los recursos bibliográficos son suficientes para cubrir lo previsto en el programa de Administración de Empresas.

El tercer indicador es el Plan de Estudio y su Estructura, en este criterio se analizan si existe una descripción de los objetivos del plan de estudios, que permiten conocer el perfil profesional de la enseñanza y las competencias que deben adquirir los estudiantes. Las características básicas la cual se pretende reflexionar sobre si es suficiente la dedicación y sobre la aptitud de su cualificación para la formación de estudiantes y si hay coherencia con la materia enseñada en clases, de tal manera que quede garantizado, en cada caso, la calidad de la docencia, de la investigación y de la formación profesional del alumno.

El cuarto indicador es el Acceso y Atención al Alumnado, se analizara el programa de atención, el desarrollo personal e inserción laboral, para determinar en qué grado se siente el estudiante tanto a nivel personal como laboral de acuerdo a lo que les está brindando la universidad para su formación profesional.

El quinto indicador son los Conocimientos Básicos, se analizara las habilidades que han desarrollado los estudiantes en el transcurso de su carrera, determinados en lo que les exige el mercado en el mundo laboral, si tienen un equilibrio entre la teoría y la práctica, ya que esto permite no solo ser un buen estudiante si no cumplir con las exigencias del mercado.

El sexto indicador son las Condiciones de Seguridad, se analizara la seguridad en las instalaciones tanto internas como externas, para determinar el nivel de adecuación en caso de emergencias, si la universidad cumple con las normas de seguridad internamente, permitiendo al estudiantado un grado de tranquilidad pero también mirando sus alrededores garantizando su seguridad mientras se encuentre dentro y fuera de las instalaciones.

El séptimo es el Proceso de Enseñanza-Aprendizaje, en este criterio se analizan los aspectos que tienen relación con el alumno y con el proceso de enseñanza-aprendizaje (el plan de estudio, el nivel de exigencia, la metodología, la formación práctica, etc.). Los métodos y los procedimientos responden a los objetivos y propósitos del nivel de formación, generando una apropiación de los conocimientos y la adquisición de habilidades y actitudes.

Finalmente, y para terminar de ilustrar la estructura del cuestionario, se describirá detalladamente qué preguntas se extrajeron de cada uno de los instrumentos consultados, y su número respectivo de ítem. Del primer instrumento, es decir; del aplicado en Venezuela, se tomó lo concerniente a la Organización de la enseñanza, El servicio de la institución, El plan de estudio y La estructura para el proceso formativo, Condiciones de seguridad y Proceso de enseñanza. Los ítems son:

5. Fondos bibliográficos suficientes para estudiar (cantidad y vigencia de los libros y revistas).

6. Acceso a computadoras para realizar trabajos académicos.
7. Acceso a Internet y correo electrónico.
8. Servicio de reproducción y fotocopidora
28. Condiciones locativas (salidas de emergencia, existencia de extintores).
29. Instalaciones deportivas.
30. Alrededores de la institución.
31. Plan de estudios de la Carrera.
32. Contenido de las asignaturas.
33. Materiales impresos y audiovisuales disponibles.
34. Dominio de los contenidos y actualización de los profesores.
35. Nivel de exigencia.
36. Sistema de evaluación.
37. Orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta.
38. Metodología de enseñanza.
39. Comunicación con los profesores en el aula.
40. Formación práctica.
41. Vinculación con los futuros centros de trabajo.
42. Asistencia a clase de los profesores.
43. Acceso a las diversas manifestaciones culturales (teatro, cine, conciertos).
44. Cursos extra cátedras para optimizar la formación.
45. Incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza.
46. Servicio de asistencia y asesoramiento psicológico.

En cuanto al segundo cuestionario, el aplicado en la Universidad Austral de Chile, se tomó lo concerniente a: El plan de estudios y la estructura para el proceso formativo. Los ítems son:

9. Calidad de la atención en la secretaria del programa.
10. Calidad de la atención del respectivo Coordinador del programa.
11. Disponibilidad de tiempo para la atención de estudiantes.

12. Respuesta oportuna para la resolución de problemas.
13. Compromiso con los estudiantes.
15. Estructura de la Malla Curricular bien definida.
16. Coherencia con la materia enseñada en clase.
17. Claridad en las pautas en relación a la evaluación.
18. Disposición para analizar y discutir las evaluaciones.
19. Procedimientos de apelación respecto de notas dadas.
20. Los resultados de los parciales son corregidos oportunamente

Por último del tercer cuestionario, el aplicado en la Universidad de Madrid, se tuvo en cuenta lo concerniente a: La Organización de la enseñanza, El plan de estudio, La estructura para el proceso formativo, Acceso y atención al alumnado, Conocimientos básicos, Habilidades desarrolladas y el proceso de enseñanza y aprendizaje. Las preguntas que se sacaron de este cuestionario son:

1. Carga lectiva adecuadamente distribuida a lo largo del curso.
2. Tiempos bien diseñados para la duración de las clases.
3. Distribución correcta de los exámenes.
4. Biblioteca y sala de lectura bien acondicionadas y con amplitud espacial y de horarios.
14. Los programas contienen una información amplia y detallada (objetivos, criterios evaluación, etc.).
21. Programa eficaz de atención al alumno.
22. Programa de desarrollo personal y de inserción laboral adecuado.
23. Actividades complementarias extra curriculares que colaboran con la formación integral del alumno.
24. Conocimientos y habilidades que se adecúan a las funciones que se demandan en el mundo laboral.
25. Las actividades prácticas desarrolladas en los estudios reflejan la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión

26. Los conocimientos adquiridos tienen un adecuado equilibrio entre la teoría y la práctica.
27. La habilidad desarrollada para la dirección y gestión empresarial ha sido muy útil.
47. Existen suficientes opciones para la realización de prácticas en empresas.

Pensamos que los aspectos o preguntas que se reunieron para la elaboración del nuevo cuestionario es de suma importancia puesto que reúnen ciertos parámetros que quizás sean los más representativos e importantes de investigaciones pasadas, estos factores que se evalúan son los que tienen una incidencia en la gran mayoría de los cuestionarios que se revisaron, siendo éste uno de los criterios principales para sus escogencia.

5.2 POBLACION

Para el desarrollo de la presente investigación, se trabajó con un Universo objeto constituido por 453 estudiantes de administración de empresas, el cual se divide en 302 correspondientes al programa nocturno, y 151 al programa diurno, entre mujeres y hombres. De este universo de 453 alumnos se sacó una muestra de 160 estudiantes compuesto por 100 mujeres y 60 hombres, los cuales tienen un rango de edades entre 17 a 55 años de edad.

RANGO DE EDADES	MUJERES	HOMBRES
(16 – 21)	57	30
(21 – 26)	32	18
(26 – 31)	7	9
(31 – 36)	2	0
(36 – 41)	2	2
(41 – 46)	0	0
(46 – 51)	0	0
(51 – 56)	0	1
TOTAL	100	60
TOTAL FINAL	160	

5.3 MUESTRA

La recolección de la información se hizo por medio de una muestra representativa de la población, la cual constó de 160 estudiantes de ambas jornadas y ambos sexos. A continuación se mostrará cómo se calculó la muestra.

Puesto que se conoce el número total de los integrantes de la población, para poder determinar el tamaño de la muestra, se emplea la fórmula para poblaciones finitas que es la siguiente:

$$\frac{N * Z^2 * P * Q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Tabla 1

VARIABLES

VARIABLES	SIGNIFICADO	VALOR DE VARIABLES
N	Es el tamaño de la muestra	453
Z	Es el nivel de confianza	(95%)1.96
P	Es la variabilidad positiva	0.8
Q	Es la variabilidad negativa	0.2
E	Es la precisión o el error	0.05

Haciendo las sustituciones correspondientes se obtiene lo siguiente:

$$\text{Luego: } \frac{453 * (1,96)^2 * 0,8 * 0,2}{(0,05)^2 * (453 - 1) + (1,96)^2 * 0,8 * 0,2}$$

$$\frac{278,4}{0,0025 * 452 + 3,84 * 0,16}$$

Quedando finalmente:

$$\frac{278,4}{1,7444}$$

Y por tanto el valor de n sería: 160

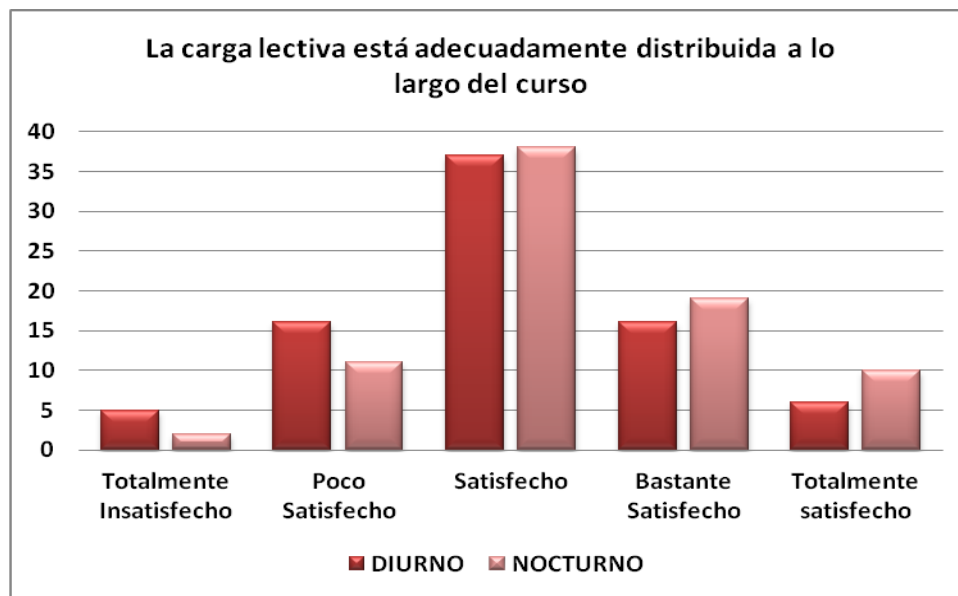
Vale la pena aclarar que como la población es menor a 30.000 no se hace el factor de corrección, y que por ello son 160 estudiantes los que deben contestar el cuestionario, cuyo resultado permitió también analizar mejor ciertas características de los estudiantes, a partir de las cuales se pudo hacer las conclusiones y recomendaciones del caso.

6. PRESENTACIÓN, ANALISIS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

A continuación se muestran tanto las tablas de frecuencias y las gráficas de los resultados obtenidos con su respectiva descripción, análisis y discusión de los mismos. Es muy importante recalcar que para el análisis el punto crítico será la respuesta “totalmente satisfecho”, ya que los cánones del servicio al cliente hacen referencia a que la sostenibilidad de cualquier organización se logra con el 20% de clientes fieles y que para ello es necesario que ese 20% esté totalmente satisfecho y la calificación para ello es de cinco puntos sobre cinco. Pese a que la universidad es de carácter público y su sostenibilidad está garantizada por el Estado Colombiano, seremos críticos en cuanto al servicio al cliente se refiere con base en este criterio de fidelización.

ITEM 1: Carga académica adecuadamente distribuida en el semestre

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	37	46,25
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	38	47,5
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100

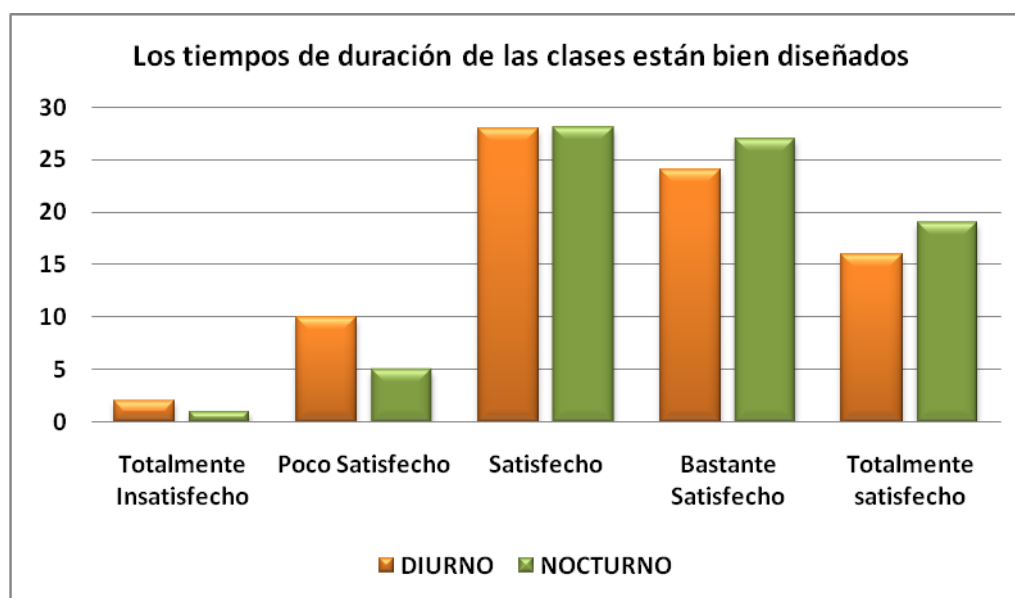


Tal y como puede apreciarse en la presente gráfica, los estudiantes del programa de administración de empresas de la universidad del valle sede Palmira, tanto de la jornada diurna, como de la nocturna, se encuentran satisfechos en cuanto a la carga académica, la cual consideran que está bien distribuida a lo largo del curso. Los porcentajes son: 46.25% y 47.5% respectivamente. Pese a ello, los porcentajes de total satisfacción son muy bajos, siendo menor el de la jornada diurna con un 7.5% frente a un 12.5% de la jornada nocturna. Igualmente deben tenerse en cuenta los porcentajes, que en términos de lo que exigen los cánones de la excelencia en el servicio al cliente, son considerablemente altos en cuanto al porcentaje de estudiantes que está totalmente insatisfecho, siendo mayor el nivel de insatisfacción en la jornada diurna con un 6.25% frente a un 2.5% de la jornada nocturna. Súmese a estos porcentajes de total insatisfacción, los de poca satisfacción que también son muy altos: jornada diurna 20% y 13.75% jornada nocturna.

En cuanto al punto crítico, habría que afirmar que la universidad no logra el estándar del 20% de total satisfacción y que hay que indagar sobre cómo puede hacerse una carga académica que genere mayor satisfacción total.

ITEM 2: Tiempo de las clases bien diseñados

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	10	12,5
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	16	20
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	5	6,25
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	27	33,75
Totalmente satisfecho	19	23,75
TOTAL	80	100



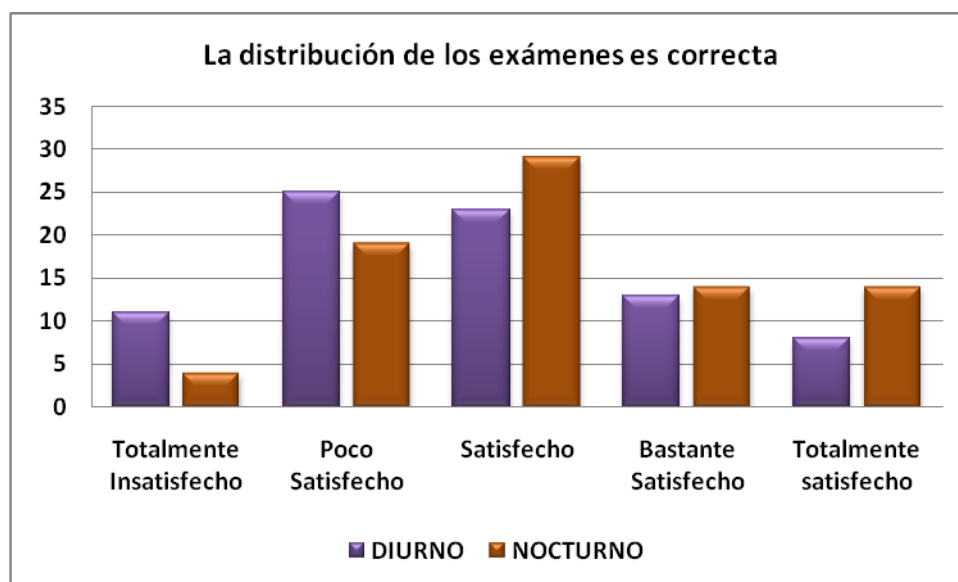
La gran mayoría de los estudiantes tanto de la jornada diurna como de la nocturna están satisfechos con la duración de las clases pues los resultados de la encuesta así lo confirman con un 35% para ambas jornadas, los porcentajes de bastante satisfacción y total satisfacción también son altos. Llama, no obstante la atención, que algunos estudiantes de la jornada diurna se encuentran poco satisfechos al respecto con un porcentaje del 12.5%. Lo ideal sería que para ninguna de las

preguntas del cuestionario hubiese porcentajes de poca satisfacción o de total insatisfacción.

Obsérvese que respecto al punto crítico la universidad si está cumpliendo con el logro de tener el 20% o más de total satisfacción de sus clientes externos. Para este caso en la jornada diurna fue del 20% y para la jornada nocturna del 23.75%.

ITEM 3: Distribución correcta de los exámenes

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	11	13,75
Poco Satisfecho	25	31,25
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	13	16,25
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	19	23,75
Satisfecho	29	36,25
Bastante Satisfecho	14	17,5
Totalmente satisfecho	14	17,5
TOTAL	80	100

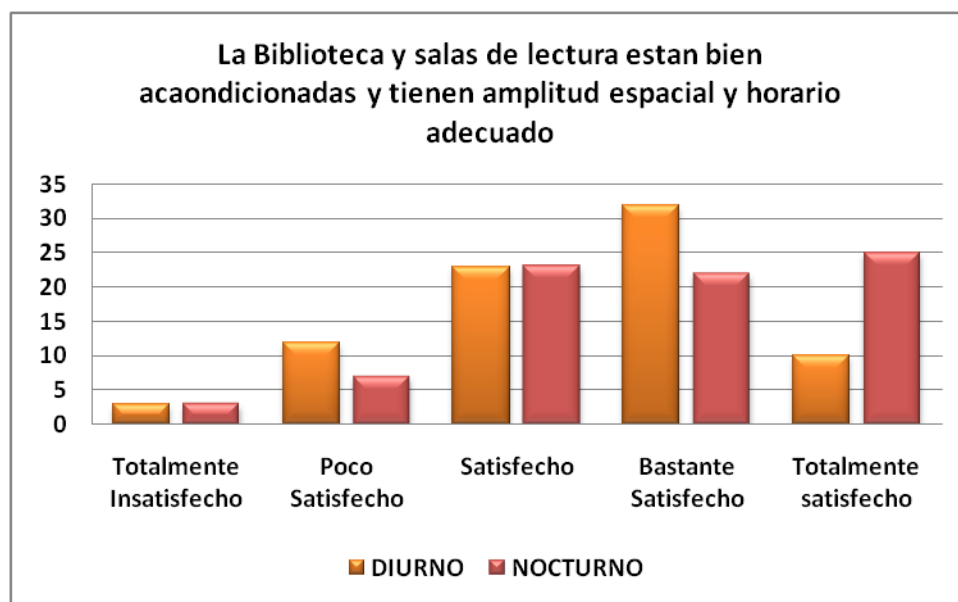


Puede apreciarse que ambas jornadas están muy divididas en cuanto a lo que piensan sobre la distribución de los exámenes. Respecto a la respuesta totalmente insatisfechos, la jornada diurna es la que mayor porcentaje registra con un 13.75%, mientras que la jornada nocturna registra solamente un 5%. Los niveles de poca satisfacción si son altos para ambas jornadas, para la diurna, el 31.25%, y para la nocturna, el 23.75%. Respecto a la respuesta satisfecho, la jornada de la noche, está mucho más satisfecha que la diurna, con un 36.25% mientras que esta última tiene un 28.75%. El dato concerniente a la total satisfacción, que es el ideal respecto a la fidelización de los clientes, es el siguiente: Jornada diurna, el 10%, y jornada nocturna, el 17.5%.

En términos generales los niveles de insatisfacción para ambas jornadas son altos y no se alcanza a cumplir con el punto crítico en ninguna de las dos. Es necesario indagar al respecto para hacer una mejora considerable y obtener mejores resultados posteriores.

ITEM 4: Biblioteca y sala de lectura bien acondicionadas, amplias y con horarios adecuados

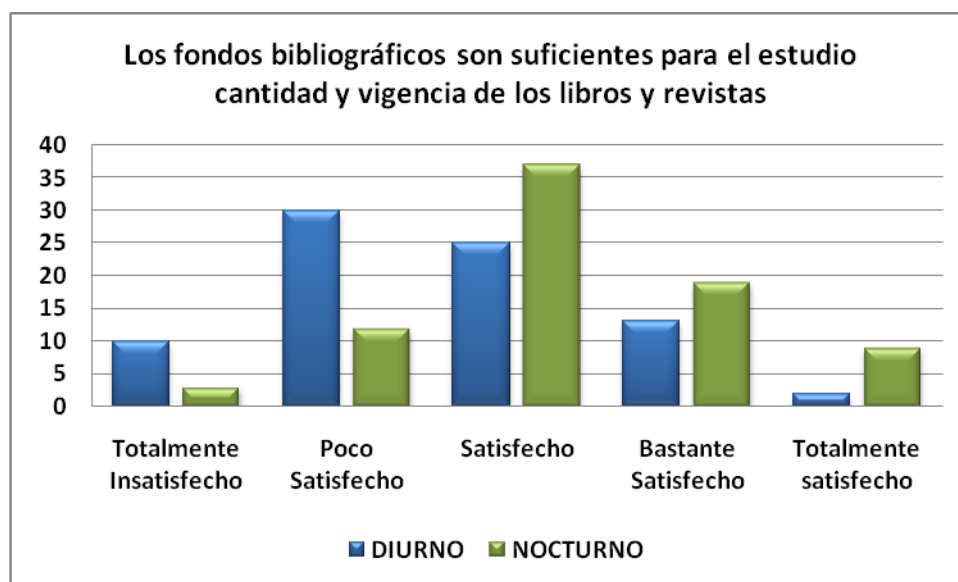
Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	12	15
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	32	40
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	7	8,75
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	25	31,25
TOTAL	80	100



En esta pregunta los estudiantes de la jornada de la mañana por lo general está bastante más satisfechos que los de la jornada nocturna, con un 40% y un 27.5% respectivamente. Por otro lado es en la jornada nocturna en la que los estudiantes se encuentran en mayor porcentaje totalmente satisfechos, con un 31% y 12.5% respectivamente. Lo anterior indica que se cumple o alcanza a sobrepasar el punto crítico en la nocturna con un 31.25% de total satisfacción, pero que en la jornada diurna no, por cuanto habrá que trabajar más en cuanto a proporcionar unas salas con mayor comodidad. Es probable que la diferencia se deba a que en la jornada diurna hay un mayor flujo de estudiantes a estas salas y por tanto se evidencian más las ineficiencias. Es claro que los estudiantes de la nocturna solamente permanecen el tiempo de clase y que no acuden a estas salas con la misma frecuencia que los del diurno.

ITEM 5: Fondos bibliográficos suficientes (cantidad y vigencia de libros y revistas)

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	10	13
Poco Satisfecho	30	38
Satisfecho	25	31
Bastante Satisfecho	13	16
Totalmente satisfecho	2	3
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	4
Poco Satisfecho	12	15
Satisfecho	37	46
Bastante Satisfecho	19	24
Totalmente satisfecho	9	11
TOTAL	80	100

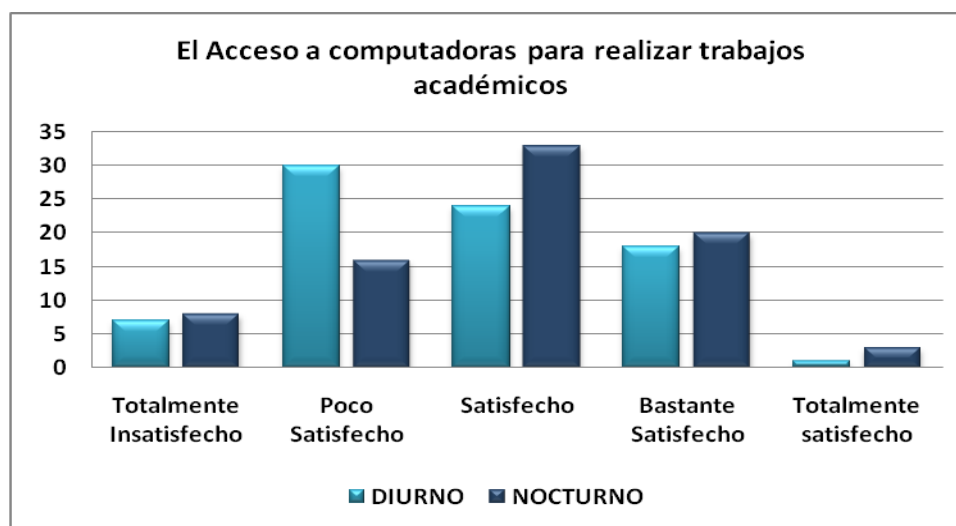


En cuanto a la cantidad y vigencia de los fondos bibliográficos para el estudio, los estudiantes de la jornada diurna se encuentran poco satisfechos con un 38%, en los de la jornada nocturna se encuentran satisfechos 46%. Al respecto de la total satisfacción puede apreciarse que los porcentajes son muy bajos, solamente el 3% de la jornada diurna y el 11% de la nocturna lo están.

Definitivamente el nivel de insatisfacción es muy alto, y al igual que en el ítem anterior, es en la jornada diurna en la que se hace mucho más evidente esta falencia sobre la cantidad de volúmenes de los textos. Los estudiantes de la nocturna, quizá por estar laborando durante el día, demandan menos los textos y quizá por ello hay mayor satisfacción. Sin embargo frente al punto crítico se está muy distante de poder cumplir con el estándar del 20%.

ITEM 6: Acceso a computadoras para trabajos académicos

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	7	8,75
Poco Satisfecho	30	37,5
Satisfecho	24	30
Bastante Satisfecho	18	22,5
Totalmente satisfecho	1	1,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	8	10
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	20	25
Totalmente satisfecho	3	3,75
TOTAL	80	100

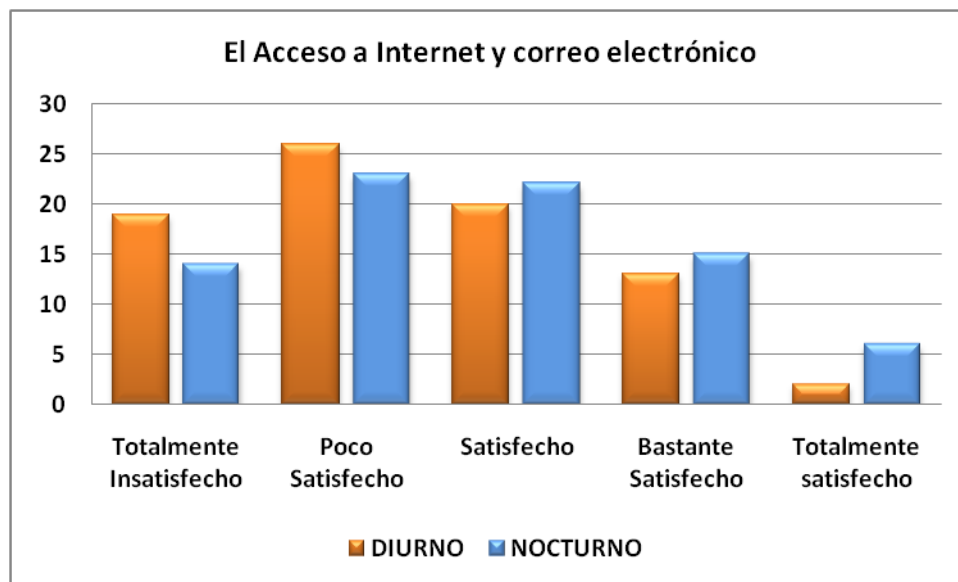


En cuanto al acceso a computadoras, los estudiantes de la jornada diurna se encuentran poco satisfechos con un 37.5%, lo cual podría ser por mayor demanda. Por otro lado los de la jornada nocturna, se encuentran satisfechos con un 41.25%, quizá la diferencia pueda ser el hecho que los estudiantes de esta jornada, por ser trabajadores en su mayoría, tengan sus computadores y hacen menor demanda. Los porcentajes de total satisfacción son muy bajos, para la jornada diurna un 1.25% y para la nocturna 3.75%.

Al respecto queda claro que es necesario incrementar el número de computadores para suplir la demanda, que en este caso parece ser muy alta, dados los niveles de insatisfacción registrados para ambas jornadas, sin importar que quizá en la noche sea menor dicha demanda. Se evidencia que pese a que hoy por hoy el computador es una herramienta de primera mano para la labor académica, no se tiene mucho acceso a ellos quizá porque sus costos siguen siendo altos como para adquirirlos y tenerlos en casa. Quizá la razón anterior es aplicable al mayor nivel de satisfacción en la jornada nocturna, al ser personas que trabajan en empresas, es posible que tengan el recurso en su trabajo o mayor capacidad adquisitiva para adquirir uno.

ITEM 7: Acceso a Internet y correo electrónico

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	19	23,75
Poco Satisfecho	26	32,5
Satisfecho	20	25
Bastante Satisfecho	13	16,25
Totalmente satisfecho	2	2,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	14	17,5
Poco Satisfecho	23	28,75
Satisfecho	22	27,5
Bastante Satisfecho	15	18,75
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100

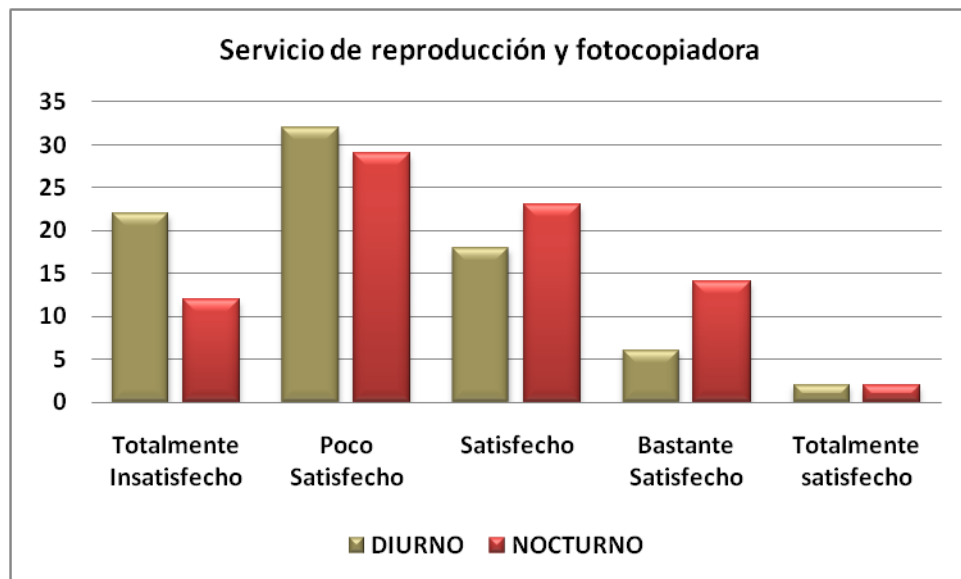


Tanto los estudiantes de la jornada diurna como los de la nocturna, se encuentran poco satisfechos con sus posibilidades de acceso a internet y a correo electrónico, 32.5% y 28.75% respectivamente, es decir; que la universidad no tiene la suficiente cobertura para satisfacer la demanda estudiantil. Obsérvese que los porcentajes de total insatisfacción son muy altos, 23.75% y 17.5% respectivamente, y los de total satisfacción muy bajos, 2.5% y 7.5%.

Pese a la importancia que tiene el internet como tecnología de información y comunicación, sobre todo en el campo académico, la universidad se hace ineficiente en la prestación de este servicio. Es necesario que se tomen medidas al respecto no solamente para mejorar los niveles de satisfacción, sino para quizá mejorar los rendimientos académicos de los estudiantes. Es evidente que las TICS se han constituido en una variable que se relaciona directamente con el rendimiento académico, ya que es una herramienta fundamental de consulta e investigación.

ITEM 8: Servicio de reproducción y fotocopidora

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	22	27,5
Poco Satisfecho	32	40
Satisfecho	18	22,5
Bastante Satisfecho	6	7,5
Totalmente satisfecho	2	2,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	12	15
Poco Satisfecho	29	36,25
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	14	17,5
Totalmente satisfecho	2	2,5
TOTAL	80	100

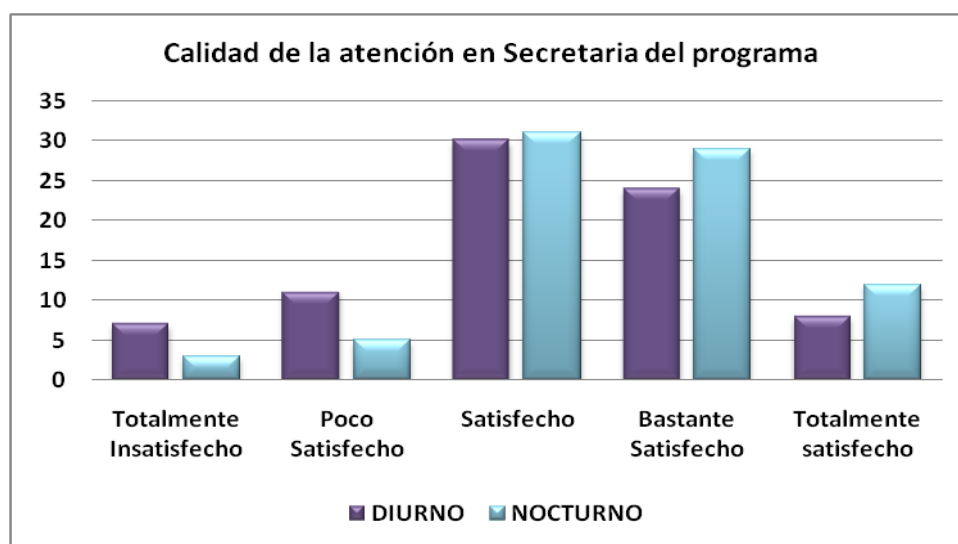


Se puede determinar que para ambas jornadas hay poca satisfacción con el servicio de reproducción y fotocopiado. Los porcentajes son respectivamente, 40% y 36.25%. Este ítem es de vital importancia puesto que le permite a los estudiantes obtener herramientas básicas para la realización de las actividades académicas y el debido proceso de aprendizaje.

Al igual que en el caso anterior sobre el internet, el servicio de fotocopiado es ineficiente para cubrir la demanda de los estudiantes de ambas jornadas. Lo anterior también se puede afirmar que interfiere con el rendimiento académico pues las posibilidades de tener acceso rápido a la información y a los materiales de lectura son pocas. Es necesario incrementar el número de fotocopadoras y de lugares donde replicar el material de trabajo.

ITEM 9: Calidad de la atención en la secretaría del programa

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	7	8,75
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	5	6,25
Satisfecho	31	38,75
Bastante Satisfecho	29	36,25
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

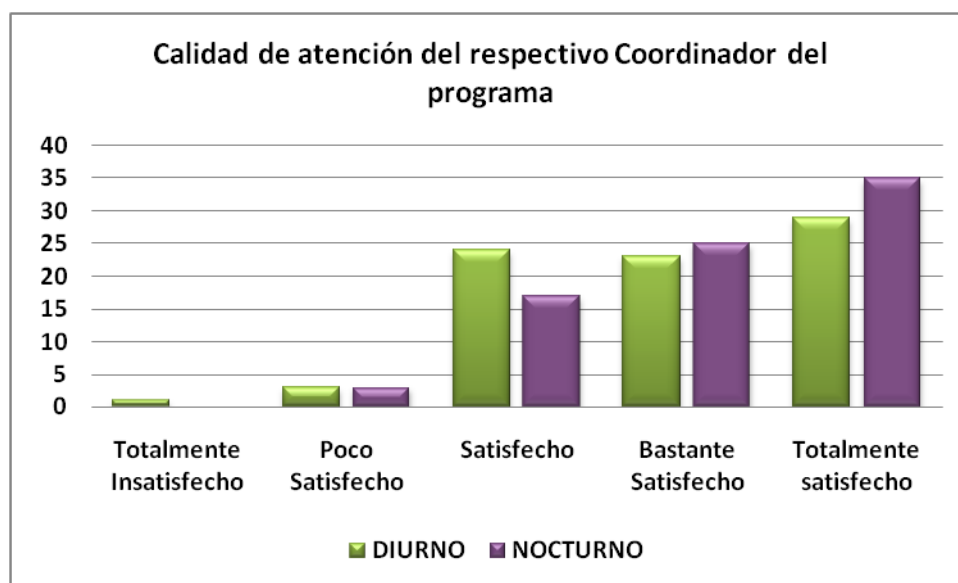


En cuanto a la atención que reciben los estudiantes de ambas jornadas en la secretaría del programa, se puede manifestar que se encuentran satisfechos, los porcentajes son respectivamente, 37.5% y 38.75%. Sin embargo es muy importante apreciar que los niveles de total satisfacción no son los más idóneos con 10% Y 15%.

Lo anterior significa que es necesario mejorar el servicio para poder cumplir con los estándares de calidad del servicio al cliente. Sentirse importante para la universidad en cuanto a la atención es fundamental. Quizá el hecho que no haya una secretaria exclusivamente para la atención al cliente externo interfiera en la percepción de éste frente a la calidad del servicio recibido. Si el funcionario tiene que atender al mismo tiempo al cliente interno y al externo puede resultar insuficiente y prestar un servicio ineficiente, no por falta de idoneidad del colaborador, sino por insuficiencia. Al respecto hay que tener en cuenta que el servicio al cliente es una política gerencial y que por tanto el sistema debe ser coherente con la misma, al facilitar que se pueda prestar un servicio de calidad.

ITEM 10: Calidad de atención del Coordinador del programa

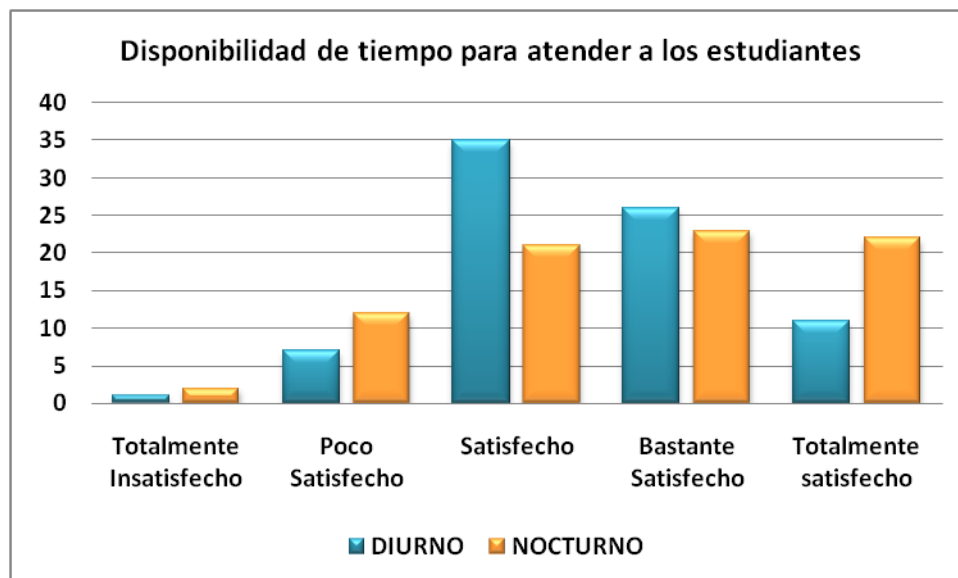
Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	3	3,75
Satisfecho	24	30
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	29	36,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	3	3,75
Satisfecho	17	21,25
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	35	43,75
TOTAL	80	100



En cuanto a la calidad de la atención del coordinador del programa, ambas jornadas, están totalmente satisfechos con 36.25% y 43.75% respectivamente. Vale la pena resaltar que los porcentajes de total insatisfacción son prácticamente insignificantes, 1.25% y 0%, y que los niveles de total satisfacción si sobrepasan significativamente hablando el estándar crítico establecido del 20%. Lo anterior podría deberse al compromiso asumido por el coordinador del programa.

ITEM 11: Disponibilidad de tiempo para atender a los estudiantes

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	7	8,75
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	26	32,5
Totalmente satisfecho	11	13,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	12	15
Satisfecho	21	26,25
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	22	27,5
TOTAL	80	100

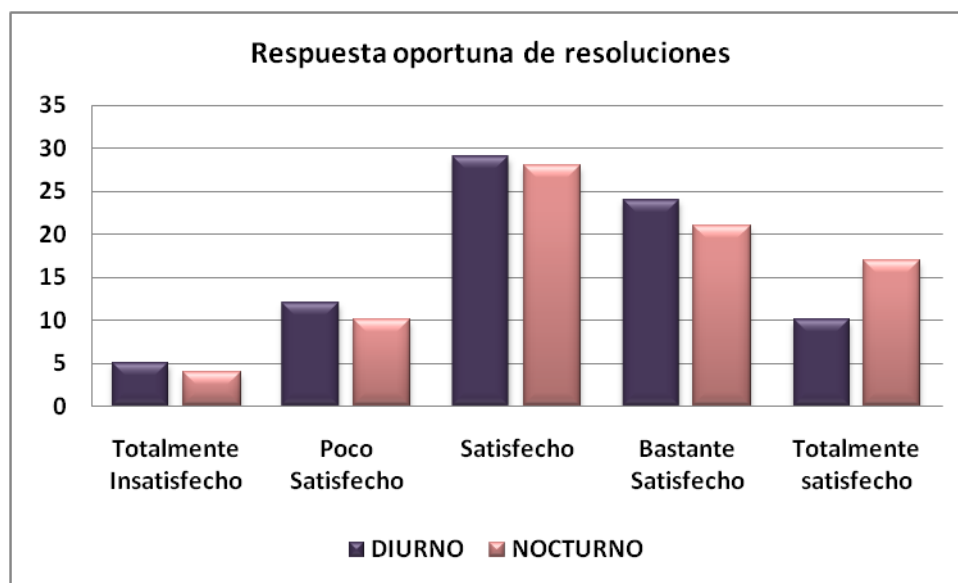


Los estudiantes de la jornada diurna se encuentran satisfechos con el tiempo para su atención (43.75%), mientras que los de la jornada nocturna, se encuentran bastante satisfechos (28.75%). Pese a que los niveles de total insatisfacción son muy bajos, el de total satisfacción, para los alumnos de la jornada diurna, no alcanza a cumplir con los estándares, ya que es del 13.75%.

Tal y como ha ocurrido en varios ítems anteriores, el nivel de total satisfacción es mayor en los estudiantes de la jornada nocturna, sobrepasando éste el estándar crítico del 20%, más no en la jornada diurna que solamente es del 13.75%. Lo anterior podría deberse nuevamente a que la demanda de atención en la jornada diurna es mayor que en la nocturna en la que el estudiante tiene poco tiempo para acudir a las oficinas ya que llega con el tiempo medido para ingresar a la clase.

ITEM 12: Respuesta oportuna a soluciones

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	12	15
Satisfecho	29	36,25
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	10	12,5
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	17	21,25
TOTAL	80	100

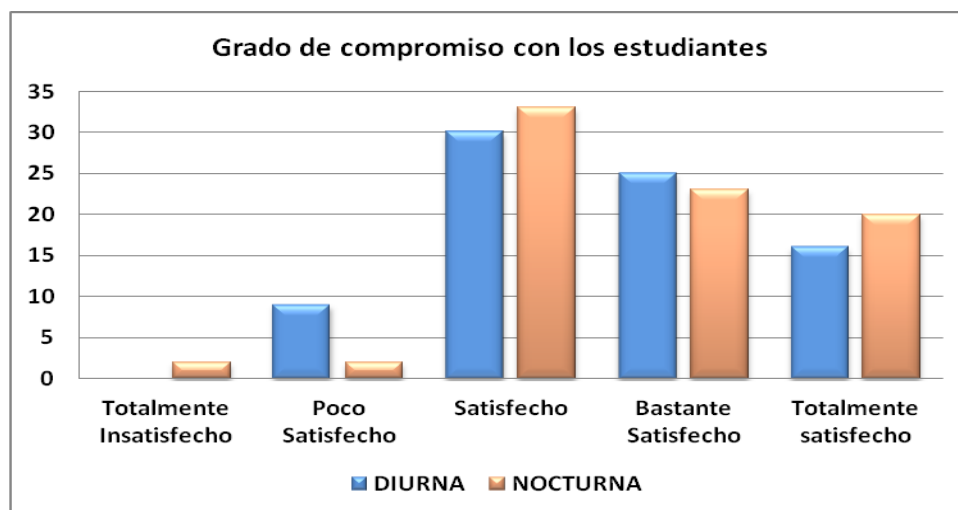


Podemos decir que en cuanto al presente ítem, el estudiantado en general se encuentra satisfecho con porcentajes del 36.25% y 35%, respectivamente. Sin embargo para el caso de la jornada diurna, el nivel de total satisfacción no es bueno por cuanto es del 12.5%.

El resultado cumple con el estándar para el caso de la jornada nocturna, más no para la diurna y por lo cual se debe trabajar para lograrlo. Quizá la razón de esta diferencia de percepción se deba a que en el horario de atención es más atractivo en el diurno generando una mayor demanda en solicitudes y respuestas oportunas que se realice durante el día, por ende acuden mayor cantidad de personas que no son estudiantes o que son egresados ya que el horario de atención general es durante el día.

ITEM 13: Grado de compromiso con los estudiantes.

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	9	11,25
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	16	20
TOTAL	80	100
Jornada Nocturno	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	2	2,5
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	20	25
TOTAL	80	100

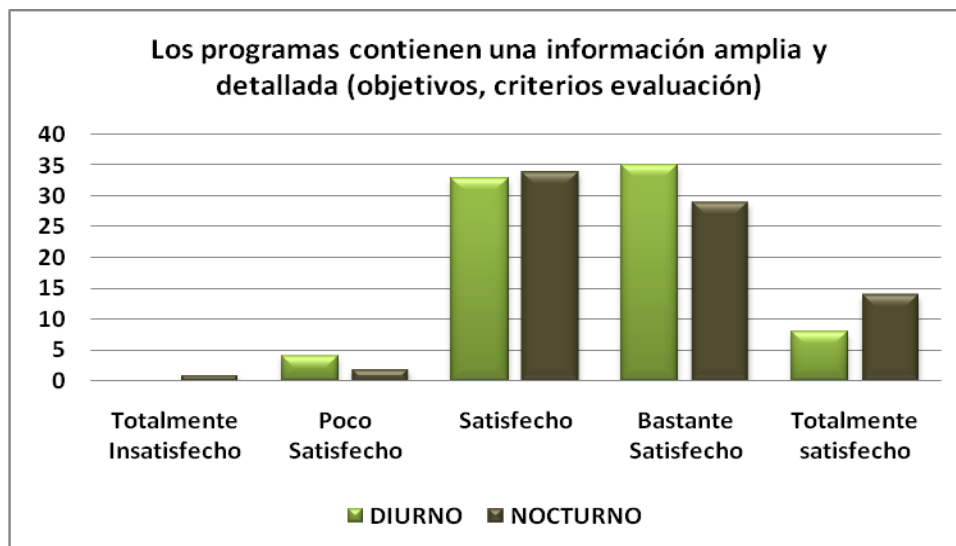


En el análisis de esta pregunta podemos ver que los porcentajes de total satisfacción son óptimos para ambas jornadas, con el 20% y el 25%, respectivamente, sobrepasando el punto crítico del 20%. En el caso contrario, los porcentajes de total insatisfacción son prácticamente insignificantes.

Adicionalmente los porcentajes de bastante satisfacción también son considerablemente favorables con un 31.25% y un 28.75% respectivamente. Vale la pena resaltar que al respecto el estudiantado en general siente que la institución está comprometida con ellos y con su proceso de formación académica y personal, lo cual es muy favorable para la imagen institucional y para el cumplimiento de su misión.

ITEM 14: Los programas contienen información amplia y detallada (objetivos, criterios evaluación, etc.)

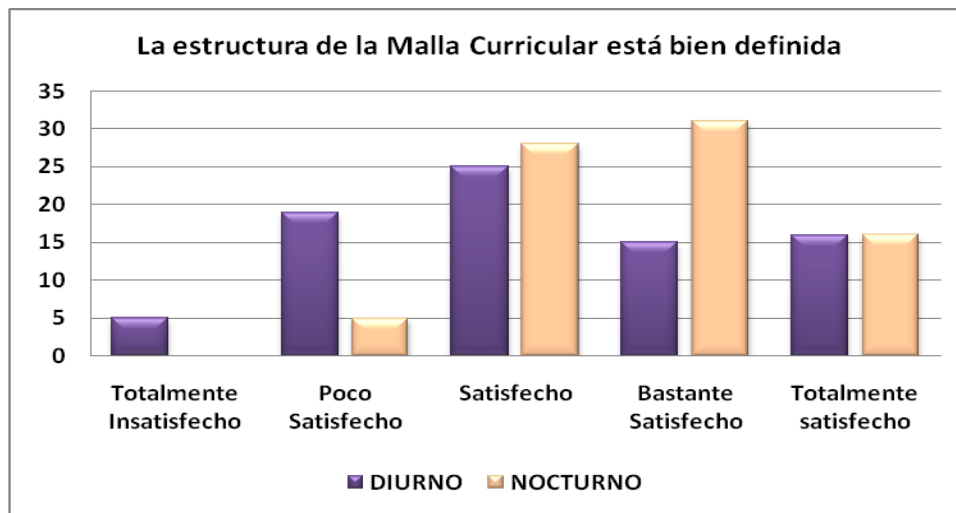
Jornada Diurna	frecuencia Absoluta	frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	4	5
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	35	43,75
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	2	2,5
Satisfecho	34	42,5
Bastante Satisfecho	29	36,25
Totalmente satisfecho	14	17,5
TOTAL	80	100



En la jornada diurna están bastante satisfechos con un 43.75%, y en la jornada nocturna, están satisfechos, con un 42.5%. En cuanto al análisis de los resultados sobre total satisfacción, para ambas jornadas el porcentaje no es favorable por cuanto solamente alcanzan el 10% y 17.5%. Al parecer el estudiante de la jornada diurna es más crítico de los programas de los cursos y más exigente. Es necesario que se mejore al respecto siendo más explícito con la información suministrada en los mismos.

ITEM 15: Estructura de la Malla Curricular bien definida

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	19	23,75
Satisfecho	25	31,25
Bastante Satisfecho	15	18,75
Totalmente satisfecho	16	20
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	5	6,25
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	31	38,75
Totalmente satisfecho	16	20
TOTAL	80	100



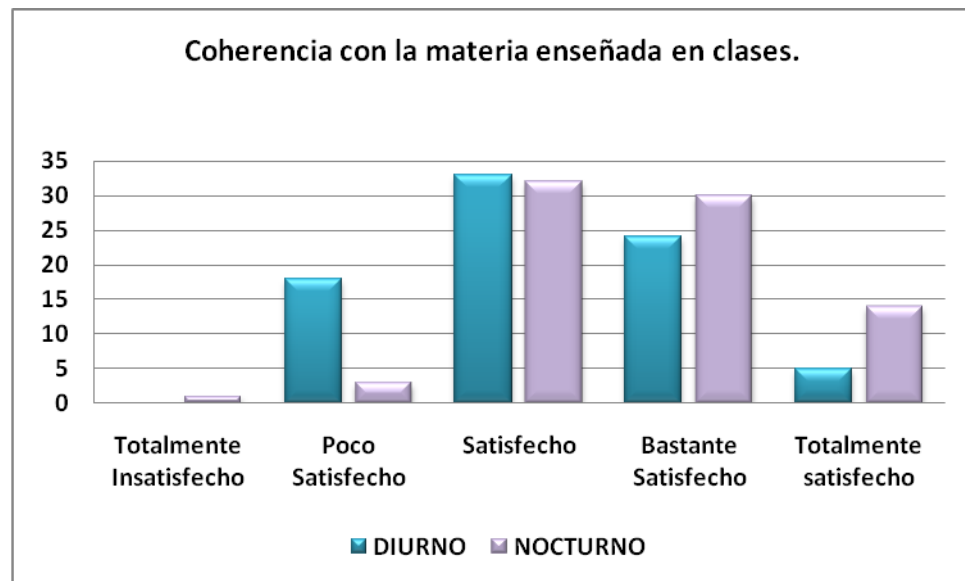
Vale la pena resaltar que para ambas jornadas el nivel de total satisfacción alcanza lo que los cánones estipulan, es decir; el 20% o más. Para este caso son del 20%. Los estudiantes de la jornada diurna están menos satisfechos que los de la nocturna, con un 31.25% en la opción satisfechos y un 38.75% de la nocturna con la opción bastante satisfechos. El porcentaje de poca satisfacción para la jornada diurna es alto con un 23.75%.

Es probable que lo anterior ocurra por cuanto el estudiante de la jornada nocturna podría tener un mejor criterio a la hora de evaluar contenidos curriculares por cuanto al desempeñarse ya laboralmente en el campo empresarial, le permite tener un mejor panorama de sus necesidades teóricas y prácticas de formación.

ITEM 16: Coherencia con las materias enseñadas en clase

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	18	22,5
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	5	6,25

TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	3	3,75
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	30	37,5
Totalmente satisfecho	14	17,5
TOTAL	80	100

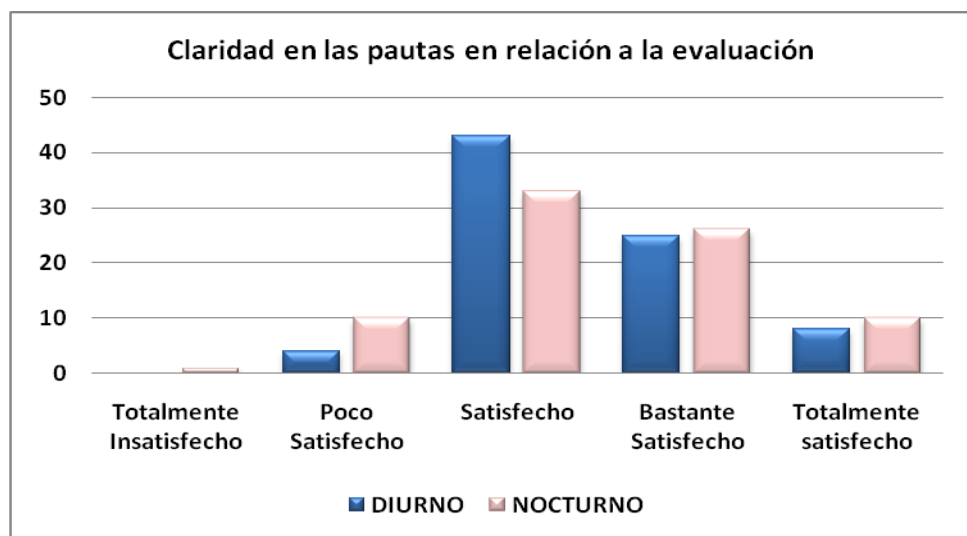


En cuanto a la coherencia con las materias enseñadas en clases, los estudiantes de ambas jornadas están satisfechos puesto que los resultados así lo indican con 41.25% y 40% respectivamente. Pese a que frente a la opción de satisfacción, la jornada diurna tiene un mayor porcentaje que la nocturna, éstos están menos satisfechos pues frente a la opción de poca satisfacción hay una diferencia significativa respecto a la jornada nocturna, siendo el porcentaje del 22.5% y el 3.75% respectivamente.

En cuanto a los niveles de total satisfacción y al punto crítico al respecto, es necesario mejorar por cuanto no se alcanza a cumplir con el estándar del 20% e ninguna de las dos jornadas.

ITEM 17: Claridad en las evaluaciones

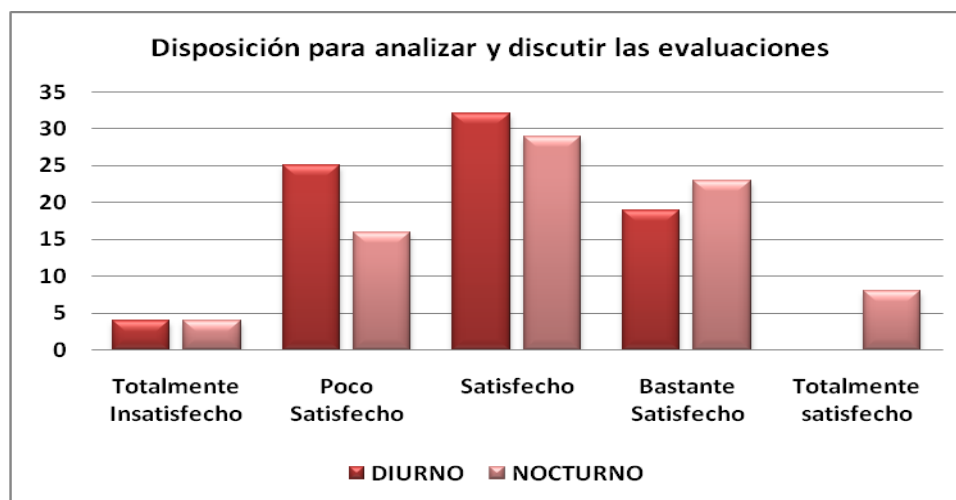
Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	4	5
Satisfecho	43	53,75
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	10	12,5
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	26	32,5
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100



Pese a que los estudiantes de ambas jornadas se encuentran satisfechos, los porcentajes que así lo indican son: 53.75% y 41.25% respectivamente, los porcentajes de total satisfacción son bajos con el 10% y 12.5% respectivamente. Lo anterior significa que es necesario que los docentes replanteen quizá sus formas de evaluar a los estudiantes, siendo mucho más claros al respecto, pese a que los niveles de bastante satisfacción son altos.

ITEM 18: Disposición de los profesores para analizar y discutir las evaluaciones

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	25	31,25
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	0	0
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	29	36,25
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100

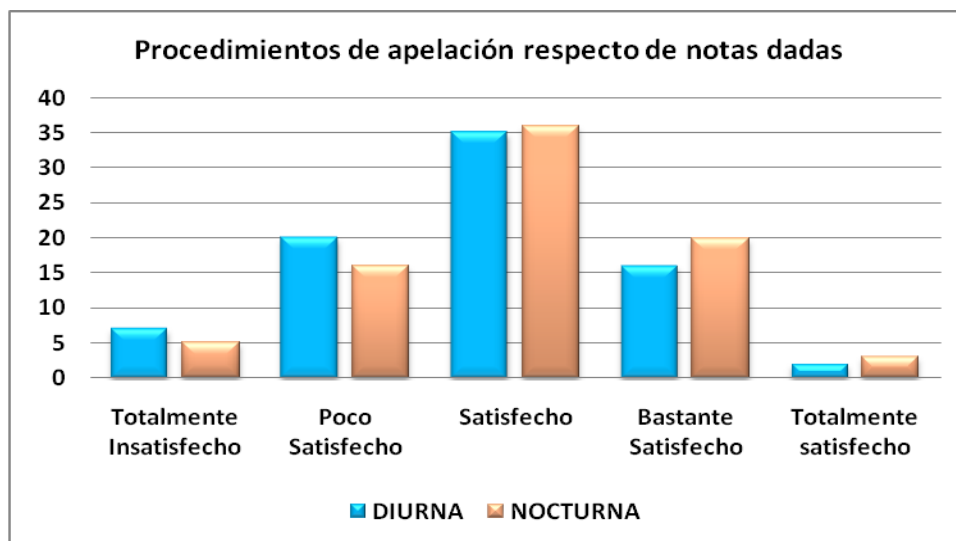


Aunque la opción de respuesta de satisfacción fue la de más altos porcentajes para ambas jornadas, con 31.25% la jornada diurna y con 36.25%, la nocturna, los niveles de total satisfacción al respecto son insignificativos en la jornada diurna con un 0%, y en la jornada nocturna solo alcanza el 5%. Realmente los valores de insatisfacción resultan ser altos.

Para el análisis hay que decir que en el caso de la jornada diurna hay que mejorar ostensiblemente y para ello se requiere hablar con el personal docente para saber qué está ocurriendo para que la percepción genere el 0% de total satisfacción. Al parecer el personal docente está siendo más cerrado al diálogo con el estudiante de la jornada diurna que con el de la nocturna, quizá porque éstos son mayores y como tal exigen más al respecto o se ganan un mayor respeto o consideración de los docentes. El profesorado debe brindar el tiempo necesario para analizar y discutir las evaluaciones, de tal manera que para el estudiante sirva como ejercicio pedagógico de aprendizaje de sus falencias y pueda resolver sus dudas.

ITEM 19: Procedimientos de apelación frente a las notas

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	7	8,75
Poco Satisfecho	20	25
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	2	2,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	20	25
Totalmente satisfecho	3	3,75
TOTAL	80	100

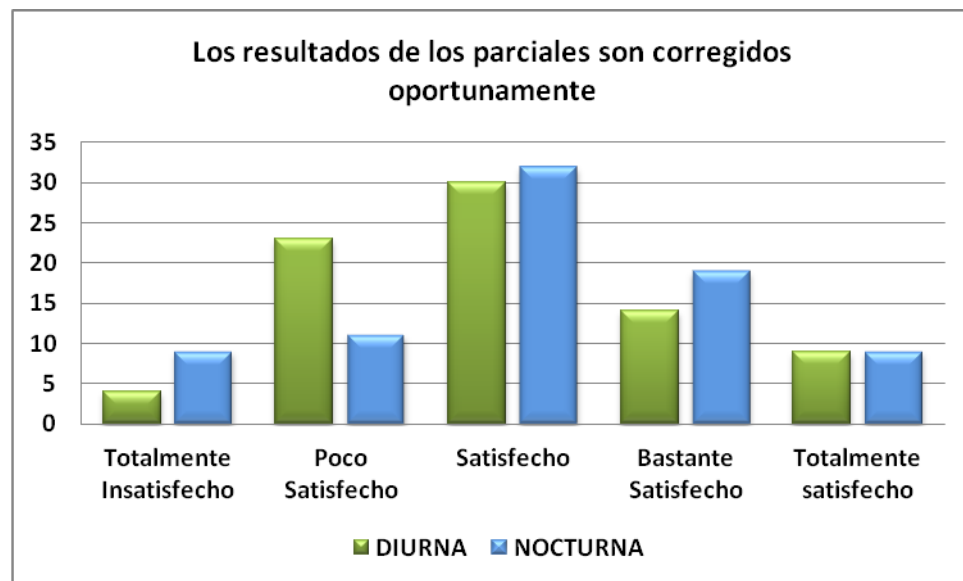


Aparentemente los profesores están manejando bien los procedimientos de apelación y reclamación sobre las notas que ellos dan a su alumnos, ya que tanto los estudiantes de la jornada diurna, como los de la nocturna se encuentran satisfechos con 43.75% y 45% respectivamente. Cuando se dice aparentemente, es porque los niveles de poca satisfacción son altos con 25% y 20% respectivamente. Igualmente hay que agregar que los niveles de total satisfacción, que son el punto crítico del servicio al cliente, son demasiado bajos, con solamente 2.5% y 3.75% respectivamente. Lo anterior significa que el estudiantado en general percibe que no cuenta realmente con un mecanismo eficiente de apelación ante las notas y evaluaciones recibidas. En una universidad de carácter público no es favorable este tipo de situaciones. Es necesario trabajar al respecto para que el estudiante sienta garantías a la hora de ser evaluado.

ITEM 20: Los resultados de los parciales son corregidos oportunamente

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	23	28,75
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	14	17,5
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100

Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	9	11,25
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100

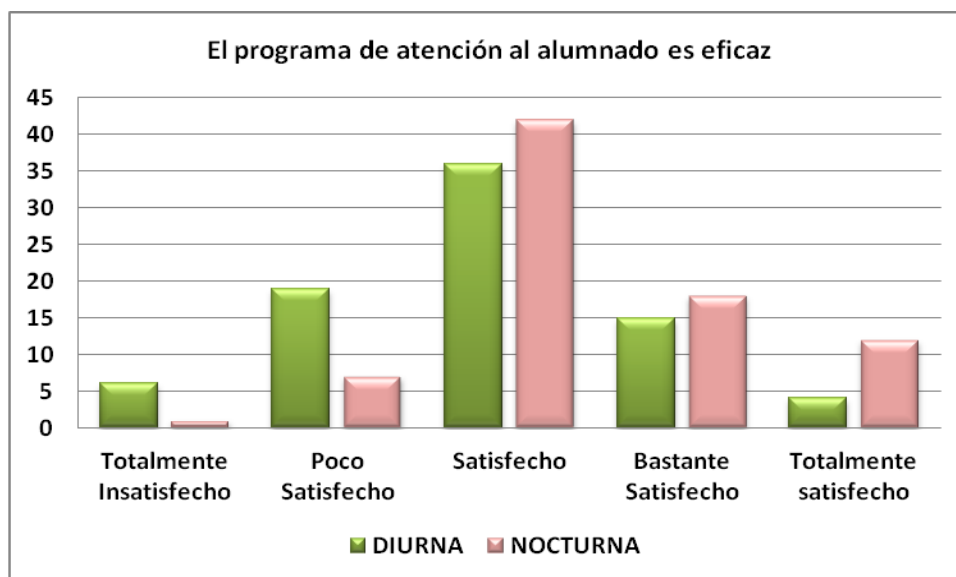


En cuanto a este ítem, puede apreciarse que los niveles de insatisfacción son más altos en la jornada diurna que en la nocturna. Si embargo a la hora de calificar el servicio como de total satisfacción, están equiparadas por lo bajo con el 11.25%. Pese a que los mayores porcentajes están en la opción satisfechos para ambas jornadas, los niveles de total satisfacción son muy bajos. Podría pensarse que quizá el mayor número de estudiantes por curso en la jornada diurna pueda ser la causa de una mayor demora en la entrega de las calificaciones en esta jornada.

Lo anterior indica que los docentes no están cumpliendo con eficiencia su labor de calificar para hacer una entrega a tiempo de las notas a sus alumnos y que por tanto es necesario generar estrategias al respecto.

ITEM 21: El programa de atención al alumnado es eficaz

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	6	7,5
Poco Satisfecho	19	23,75
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	15	18,75
Totalmente satisfecho	4	5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	7	8,75
Satisfecho	42	52,5
Bastante Satisfecho	18	22,5
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

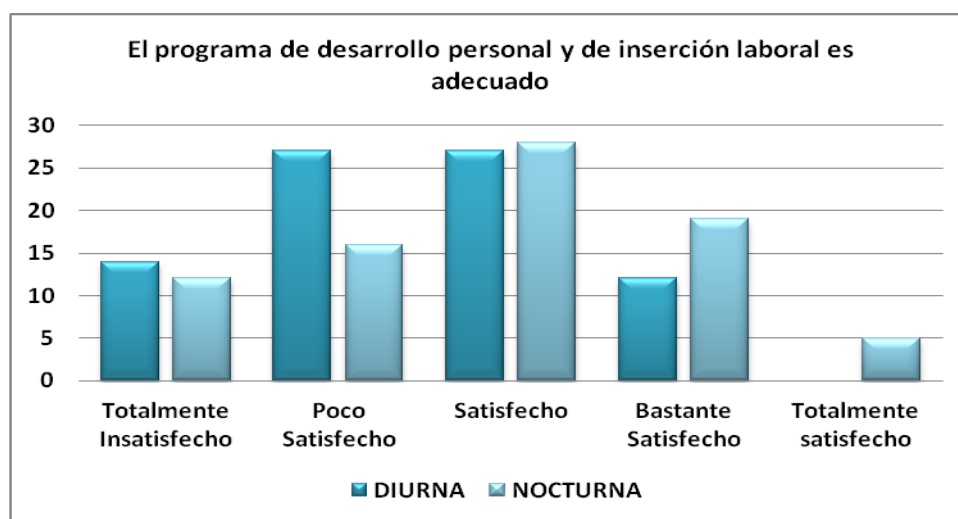


Según el estudio realizado hay levemente un mayor nivel de satisfacción en la nocturna respecto al programa de atención al alumnado. Pese a que para ambas jornadas el nivel de satisfacción es el más alto, con un 45% para la diurna y con un 52.5%, para la nocturna, los niveles de total satisfacción no son idóneos pues solamente alcanzan porcentajes del 5% y 15% respectivamente.

Habrá que mejorar al respecto para que la total satisfacción pueda superar el 20% en ambas jornadas. Puede ser que el programa de atención al alumno no cumpla con ciertas expectativas o necesidades que ayuden a los estudiantes a estar totalmente satisfechos.

ITEM 22: El programa de desarrollo personal y de inserción laboral es adecuado

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	14	17,5
Poco Satisfecho	27	33,75
Satisfecho	27	33,75
Bastante Satisfecho	12	15
Totalmente satisfecho	0	0
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	12	15
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	5	6,25
TOTAL	80	100



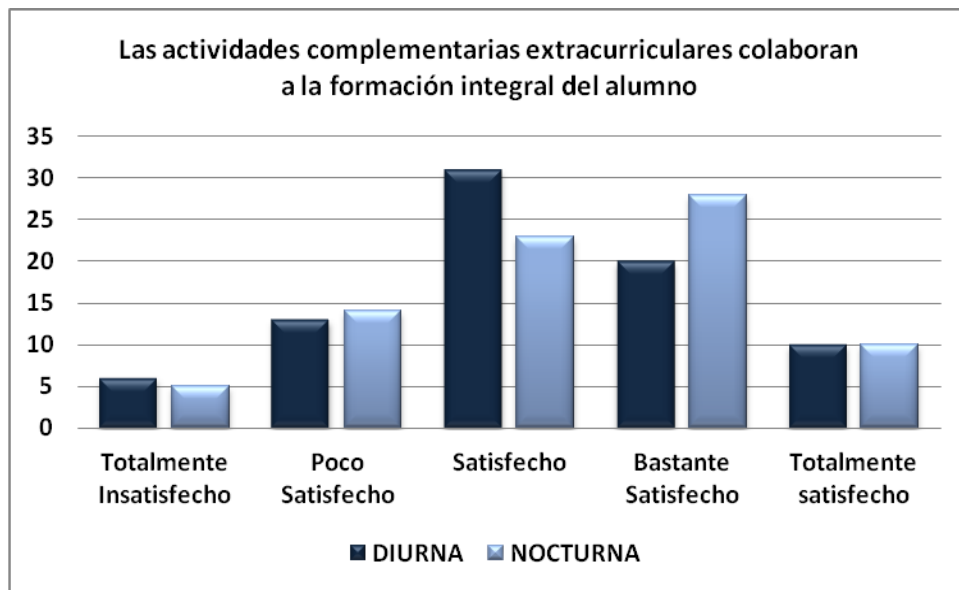
Tal y como se aprecia en la gráfica, los resultados no son buenos ya que los niveles de insatisfacción son muy altos al respecto para ambas jornadas, siendo

menor en la nocturna. Al comparar los resultados obtenidos en los niveles de total insatisfacción, con los de total satisfacción, que son los extremos críticos, puede apreciarse la diferencia tan significativa que hay. Mientras que para el nivel de total insatisfacción los porcentajes son del 17.5% y 15% respectivamente, para el de total satisfacción es del 0% para la jornada diurna y del 6.25% para la nocturna.

Es posible que la diferencia en cuanto a los niveles de satisfacción se refiere, favorable a la nocturna, se deba a que éstos en mayor proporción ya están insertados en el campo laboral y práctico. Sin embargo se constituye en una falencia grande de la universidad este punto y habrá que trabajar más por un bolsa de empleo más eficiente, que brinde mejores expectativas al alumnado.

ITEM 23: Las actividades complementarias extracurriculares colaboran a la formación integral del alumno

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	6	7,5
Poco Satisfecho	13	16,25
Satisfecho	31	38,75
Bastante Satisfecho	20	25
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	14	17,5
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	28	35
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100

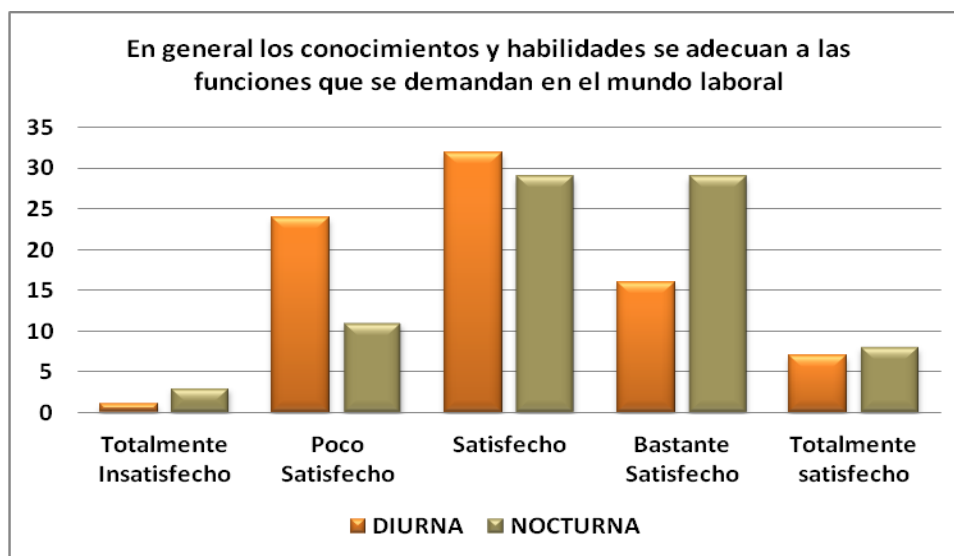


De acuerdo con los porcentajes el nivel de satisfacción está parejo en ambas jornadas, sin embargo los niveles de poca satisfacción son altos y los de total satisfacción son bajos. Estos últimos solo alcanzan un porcentaje del 12.5% para ambas jornadas. Si se comparan los resultados obtenidos en términos de satisfacción y bastante satisfacción con los obtenidos en total insatisfacción pareciera indicar que al respecto está bien la universidad, pero el punto crítico es en realidad los niveles de total satisfacción que debieran alcanzar un porcentaje del 20% o más.

Se hace necesario que se desarrollen más actividades que resulten trascendentes para la formación del alumno. Actividades como ferias empresariales, muestras empresariales, concursos de emprendimiento e innovación, salidas e intercambios quizá incluso con otros países a nivel de experiencias empresariales, visitas empresariales, prácticas, etc., podrían ser importantes.

ITEM 24: Las competencias desarrolladas son acordes con las requeridas en el campo laboral

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	24	30
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	29	36,25
Bastante Satisfecho	29	36,25
Totalmente satisfecho	8	10
TOTAL	80	100



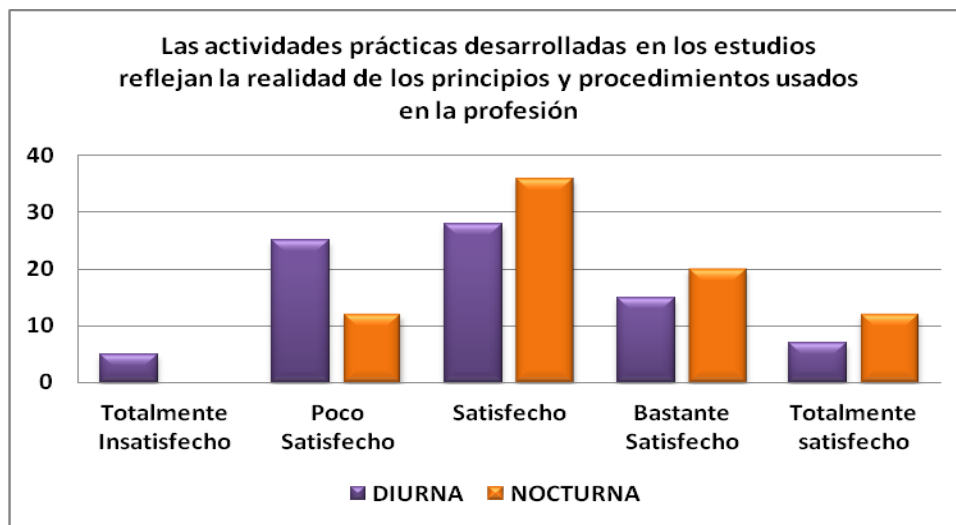
En cuanto a los resultados obtenidos, hay un mayor nivel de satisfacción en la jornada nocturna. El porcentaje de poca satisfacción en la jornada diurna es alto con un 30%. Pese a que para ambas jornadas los mayores porcentajes están en los niveles de satisfacción y bastante satisfacción, los niveles de total satisfacción son bajos con el 8.75% y 10% respectivamente.

Lo anterior plantea que al parecer la universidad no está siendo consistente con los requerimientos de las organizaciones respecto a las competencias y habilidades que deben desarrollarse en el contexto académico para poder cumplir con las necesidades del mercado. Es posible que los mayores porcentajes de insatisfacción en la jornada diurna se deban al desconocimiento real de las competencias exigidas por el mercado por cuanto la mayoría de ellos no labora actualmente. A diferencia los estudiantes de la nocturna que ya están insertos en el campo laboral pueden tener mejores criterios para evaluar si se está o no cumpliendo con dichos requerimientos. Sería muy importante trabajar al respecto con estudiantes, egresados y empresarios para determinar la brecha existente.

Es posible igualmente que la insatisfacción sentida en la jornada nocturna sea consecuencia de que sus desempeños actuales en las organizaciones no estén relacionados con la profesión que están asumiendo.

ITEM 25: Las actividades prácticas desarrolladas son acordes con la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión.

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	25	31,25
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	15	18,75
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	12	15
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	20	25
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

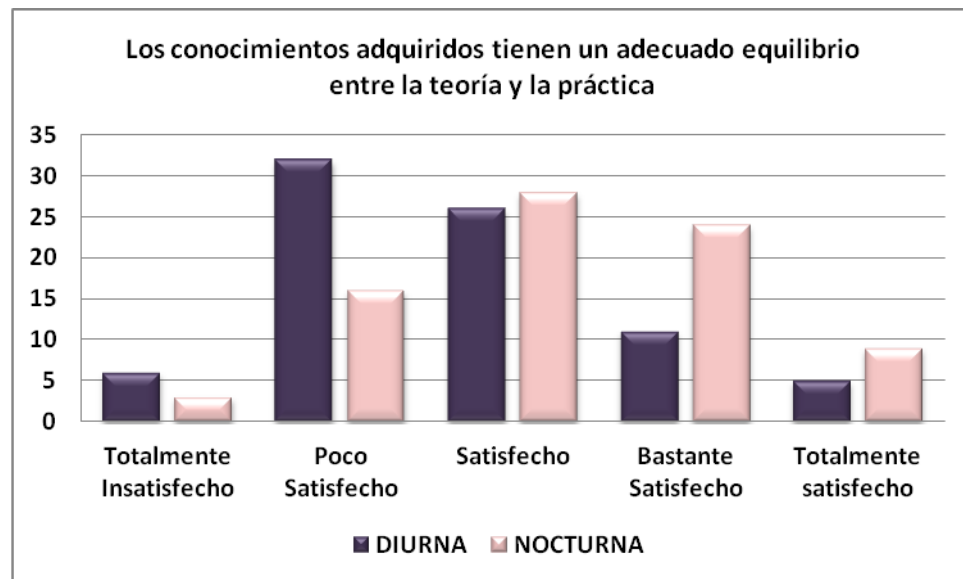


Esta pregunta es vital para analizar en esta investigación puesto que permite comparar las actividades prácticas desarrolladas en los estudios con la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión. Vemos que los estudiantes de la jornada diurna están menos satisfechos con un 32.25%, que los de la jornada nocturna con un 45%. En general también puede apreciarse ese nivel de menor satisfacción. Es bastante significativa la diferencia en la opción de respuesta poco satisfecho entre la jornada diurna y la nocturna, 31.25% y 15% respectivamente. En cuanto a los niveles de total satisfacción, 8.75% y 15% respectivamente, son muy bajos.

Lo anterior indica que para los estudiantes tanto de la jornada diurna como de la nocturna existe una brecha importante entre lo que se trabaja en el aula de clase y lo que en realidad se hace o practica en la profesión. Sería importante hacer un análisis más a fondo para determinar cuál es esa brecha y entrar a cerrarla. Se podrían realizar convenios con empresas para que puedan colocar en práctica los conocimientos adquiridos dentro de la institución, y se logre que los estudiantes tengan un conocimiento más amplio de lo que les espera en la práctica de su profesión como tal.

ITEM 26: Los conocimientos adquiridos tienen un adecuado equilibrio entre la teoría y la práctica

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	6	7,5
Poco Satisfecho	32	40
Satisfecho	26	32,5
Bastante Satisfecho	11	13,75
Totalmente satisfecho	5	6,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100



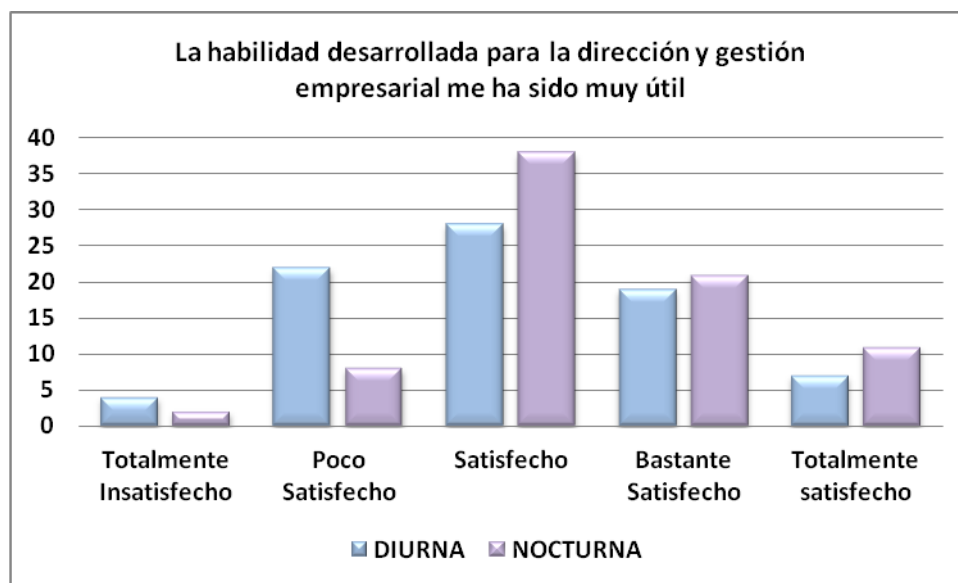
Igual que en el ítem anterior, en la jornada diurna hay menos nivel de satisfacción que en la nocturna. Es muy alto el porcentaje en el diurno de poca satisfacción (40%) frente al de la nocturna (20%). En lo concerniente a la total satisfacción los porcentajes son muy bajos con 6.25% y 11.25% respectivamente.

Este ítem muestra que es muy importante que los docentes diseñen sus clases de tal manera que los contenidos teóricos puedan ser aplicados en algunas prácticas

al interior del aula de clase. Si fuera posible incluso hacer visitas a las empresas para que confronten los contenidos teóricos recibidos con la realidad. La preparación debe ser integral ya que estas dos áreas son de vital importancia para formar profesionales competitivos, lo que indica que se debe prestar atención a este índice tan alto de insatisfacción.

ITEM 27: La habilidad desarrollada en dirección y gestión empresarial ha sido muy útil

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	22	27,5
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	8	10
Satisfecho	38	47,5
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	11	13,75
TOTAL	80	100

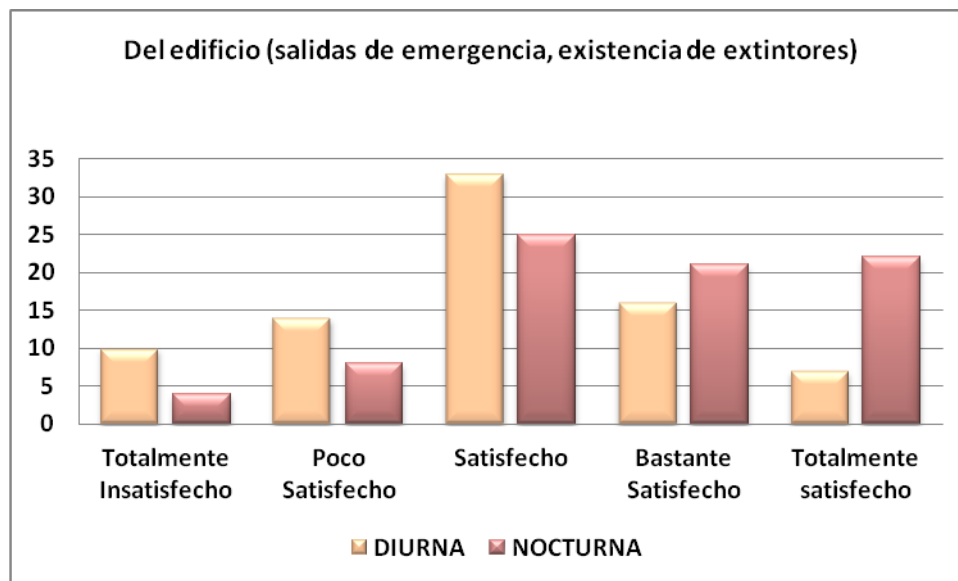


Al igual que en ítems anteriores, los niveles de satisfacción son más altos en la jornada nocturna que en la diurna. A nivel de satisfacción los porcentajes son del 47.5% y 35% respectivamente. Es bastante significativo el porcentaje de poca satisfacción expresado por los estudiantes de la jornada diurna con un 27.5%. En términos de total satisfacción, 8.75% y 13.75%, los niveles alcanzados son igualmente muy bajos.

El diseño de los contenidos de los cursos debe hacerse más prácticos, es decir; que puedan contribuir con la resolución de problemas cotidianos del alumno. De esta manera los mismos adquieren un mayor significado y por tanto serán mejor aprendidos.

ITEM 28: Seguridad del edificio (salidas de emergencia, existencia de extintores)

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	10	12,5
Poco Satisfecho	14	17,5
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	8	10
Satisfecho	25	31,25
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	22	27,5
TOTAL	80	100

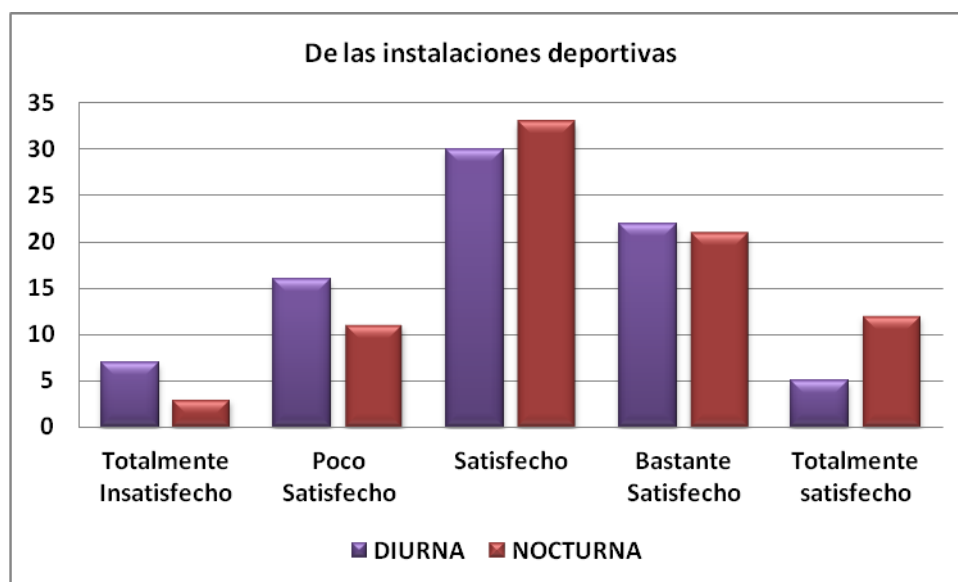


Pese a que en términos generales en cuanto al nivel de satisfacción, en la jornada diurna están más satisfechos que en la nocturna, 41.25% y 31.25% respectivamente, a la hora de mirar los resultados respecto al nivel de total satisfacción, ocurre lo contrario, son los estudiantes de la jornada nocturna quienes están más satisfechos. De hecho es en la jornada nocturna en la que se alcanza un nivel de total satisfacción del 27.5%, mientras que en la jornada diurna solamente alcanzó el 8.75%.

Es probable que estas diferencias se deban a que los estudiantes de la jornada nocturna deambulan menos por la universidad como sí lo hacen los de la jornada diurna que permanecen más tiempo al interior de las instalaciones. El estudiante de la nocturna se limita a ingresar a la universidad y pasa al aula de clase para luego simplemente abandonar las instalaciones. Se debe recordar que realmente se cuenta con una salida de emergencia, y que ésta no es adecuada para personas con alguna discapacidad física, a quienes se les impediría salir rápidamente del edificio.

ITEM 29: Idoneidad de las instalaciones deportivas

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	7	8,75
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	5	6,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

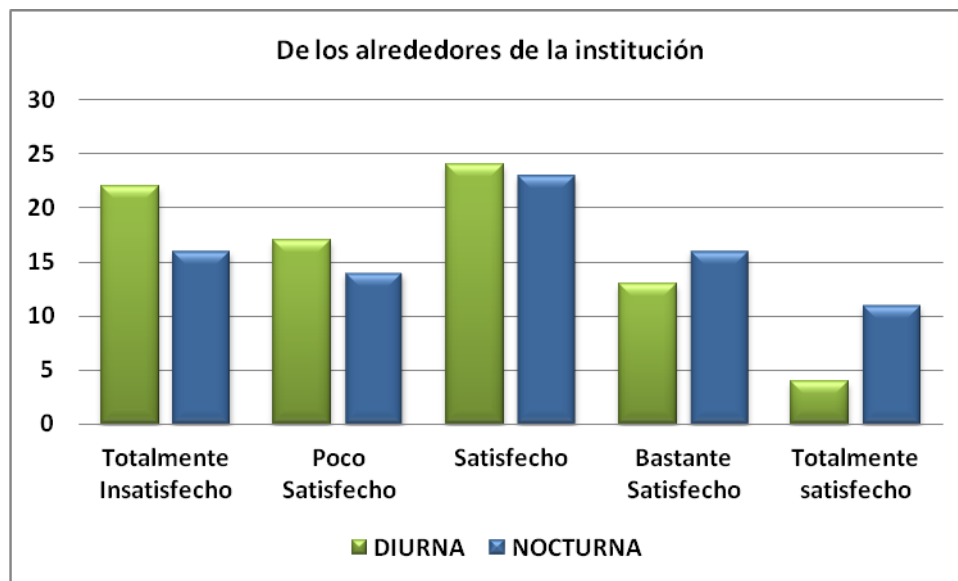


En los resultados se hace evidente que en la jornada diurna están menos satisfechos con las instalaciones deportivas que en la jornada nocturna. Pese a que en ambas jornadas los niveles alcanzados en las opciones satisfecho y bastante satisfecho son altos, los niveles de total satisfacción solo muestran un resultado óptimo para los de la jornada nocturna con un 26.25%.

Al igual que en otros ítems anteriores podría considerarse que la diferencia radica en que los estudiantes de la jornada nocturna hacen menos uso de las instalaciones deportivas, al menos durante las jornadas académicas en semana. El criterio para evaluarlas es muy diferente por cuanto si no las usan, o las usan muy poco, no tienen mucha claridad acerca de sus condiciones óptimas o no. Se requiere trabajar en ellas para que los estudiantes que sí las utilizan con gran frecuencia las perciban como idóneas, y sobre todo saber qué se requiere para ello.

ITEM 30: Alrededores de la institución

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	22	27,5
Poco Satisfecho	17	21,25
Satisfecho	24	30
Bastante Satisfecho	13	16,25
Totalmente satisfecho	4	5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	16	20
Poco Satisfecho	14	17,5
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	11	13,75
TOTAL	80	100

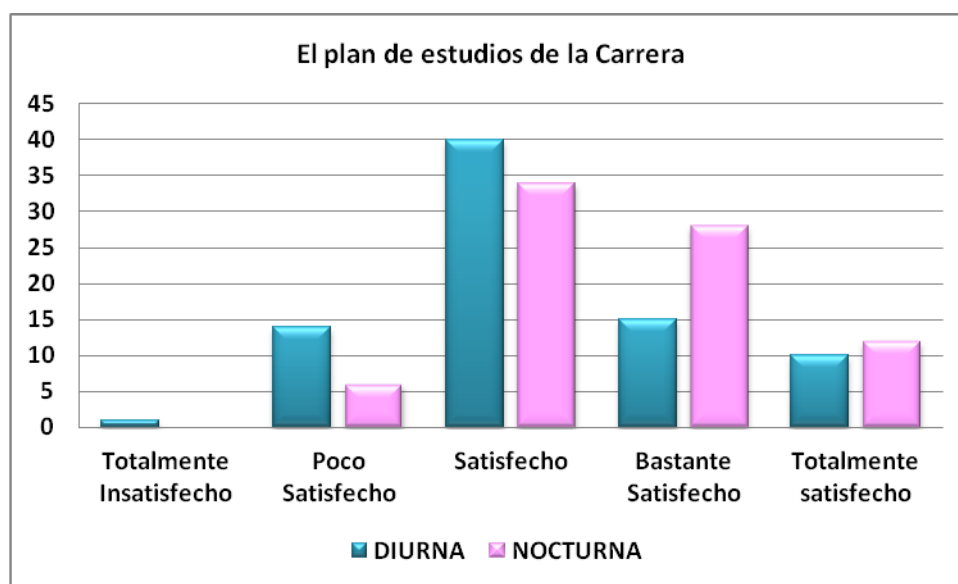


De todos los ítems evaluados hasta el momento, este es quizá el más crítico todos por cuanto ha arrojado los resultados menos favorables en términos de niveles de satisfacción. Los porcentajes para ambas jornadas respecto al ítem de total insatisfacción son altísimos, siendo más altos para la jornada diurna, 27.5% y 20%, respectivamente. Y pese a que en la opción de satisfacción, el porcentaje fue más alto en el diurno que en el nocturno, 30% y 28.75% respectivamente, en términos generales la insatisfacción es mayor en la jornada diurna. En cuanto a los niveles de total satisfacción la diferencia entre la nocturna y la diurna es bastante significativa, 13.75% y 5% respectivamente. Aún así para ambas jornadas el nivel de total satisfacción es muy bajo.

En términos generales podríamos afirmar que el entorno de la universidad no es percibido de manera favorable por parte de los estudiantes. Lo anterior quizá se deba a que está ubicada en un sector caracterizado por circunstancias de inseguridad y delincuencia, sobre todo, el hurto. Adicionalmente se trata de una sola salida, con poca luminosidad, muy sola y sin presencia de las autoridades. Por fortuna ya se están tomando los correctivos del caso, al menos en cuanto a la ruta de ingreso y evacuación.

ITEM 31: El plan de estudios

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	14	17,5
Satisfecho	40	50
Bastante Satisfecho	15	18,75
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	6	7,5
Satisfecho	34	42,5
Bastante Satisfecho	28	35
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

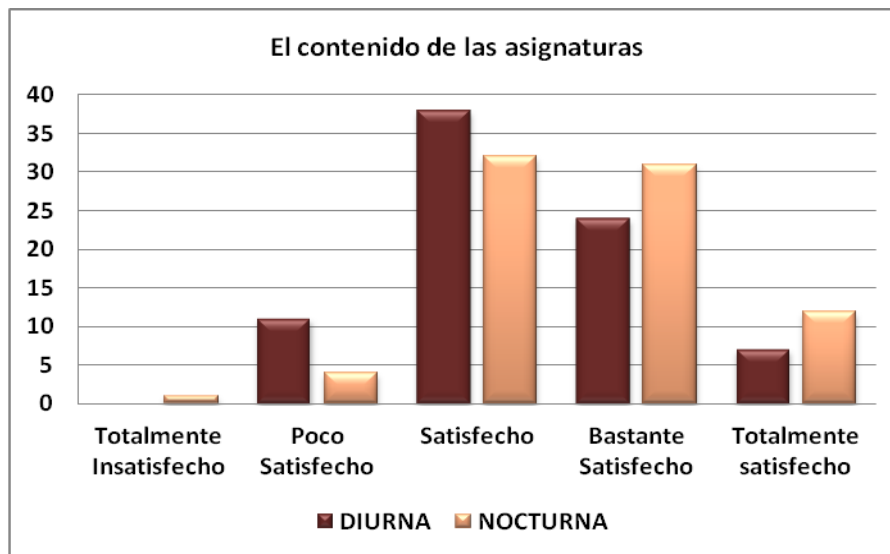


Aquí podemos ver que en la jornada diurna hay más satisfacción con el plan de estudios de la carrera que en la jornada nocturna (50% y 42.5% respectivamente), sin embargo vemos que pasa lo contrario en la opción bastante satisfechos, en la cual son los de la nocturna los de mayor satisfacción. Los niveles de total satisfacción pese a que no están tan bajos, no alcanzan aún los niveles de satisfacción deseados (12.5% y 15% respectivamente).

El diseño de un plan de estudios debe hacerse con participación en la medida de lo posible con los egresados de un programa, por cuanto son ellos quienes pueden aportar muchísimo acerca de las competencias y habilidades requeridas en el mercado laboral. Igualmente deben participar los estudiantes de últimos semestres quienes ya tienen un criterio mucho amplio y serio al respecto. El alumnado de la nocturna también es fundamental por cuanto se desempeñan en empresas y tienen la posibilidad de confrontar lo visto en la universidad y lo aplicado o practicado en su labor.

ITEM 32: Contenido de las asignaturas

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	11	13,75
Satisfecho	38	47,5
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	4	5
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	31	38,75
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

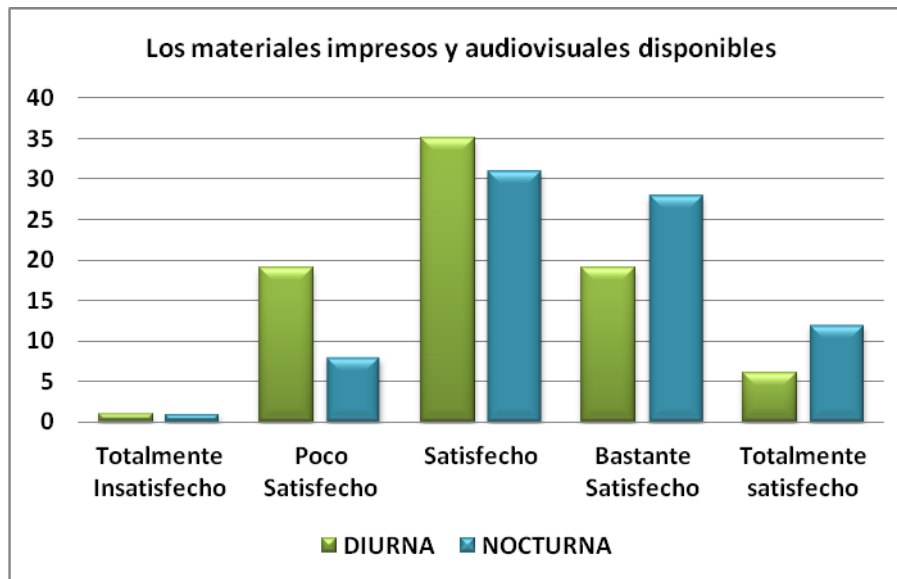


Podemos observar que en términos generales en la jornada diurna hay menos satisfacción que en la nocturna al respecto, pese a que para ambas jornadas los porcentajes tanto de satisfacción como de bastante satisfacción son altos. Así para la opción de satisfacción son de 47.5% y 40% respectivamente, siendo mayor en la jornada diurna. Para el caso de bastante satisfacción, son del 30% y 38.75% respectivamente. Respecto a la opción totalmente satisfechos, los porcentajes no son óptimos con 8.75% y 15% respectivamente. Como en la mayoría de los ítems de la presente investigación no se cumple con el valor estipulado como crítico que es del 20% mínimo en el nivel de total satisfacción. Al igual que en el caso del diseño del plan de estudios, debe hacerse con el contenido de los cursos, es decir; implicar a los interesados para que se sientan mucho más motivados a la hora de trasegar por los mismos académicamente hablando.

ITEM 33: Materiales impresos y audiovisuales disponibles

Jornada diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	19	23,75
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100

Jornada nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	8	10
Satisfecho	31	38,75
Bastante Satisfecho	28	35
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100



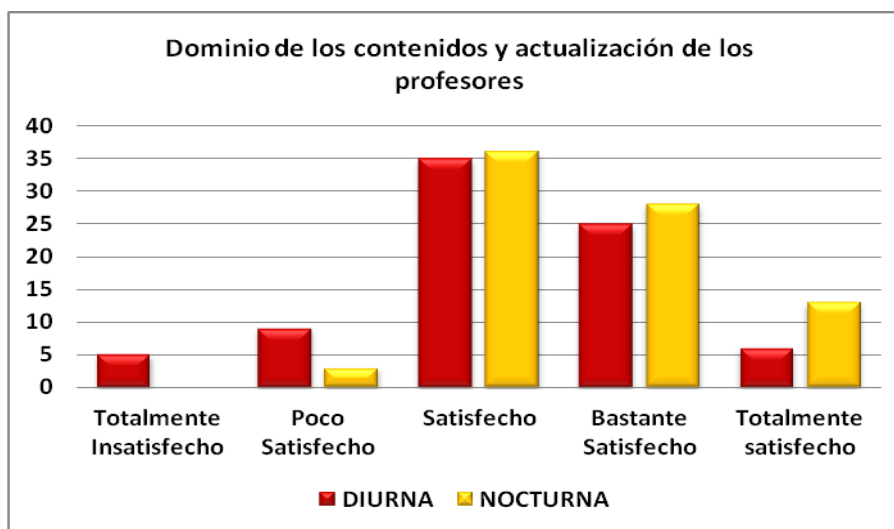
Al igual que en el ítem anterior, la jornada diurna muestra menor nivel de satisfacción que la nocturna, pese a que en ambas jornadas se muestran unos niveles de satisfacción y de bastante satisfacción altos. Para el caso de la opción satisfacción, los porcentajes son: 43.75% y 38.75% respectivamente, y para la opción bastante satisfecho, los porcentajes son: 23.75% y 35% respectivamente. Sin embargo se puede destacar que todavía hay algunos estudiantes de la jornada diurna que se encuentran poco satisfechos (23.75%), siendo alto el porcentaje. Al determinar los niveles de total satisfacción, solamente la jornada de la nocturna se acerca al porcentaje óptimo con un 15%.

Parece casi general que los niveles de satisfacción con el servicio académico que presta la universidad del valle sede Palmira, con su programa de administración de empresas, es mucho mayor en los estudiantes de la jornada nocturna, lo cual

es importante por cuanto son quienes tienen mejor criterio para evaluarlo. Sin embargo también es generalizado que no se alcanza el nivel crítico de total satisfacción y por ello se debe estimular para la creación de herramientas que mejoren el conocimiento y optimicen el logro de los objetivos. En este ítem también se aprecia que no se cumple con el estándar.

ITEM 34: Dominio de los contenidos y actualización de los profesores

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	9	11,25
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	3	3,75
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	28	35
Totalmente satisfecho	13	16,25
TOTAL	80	100

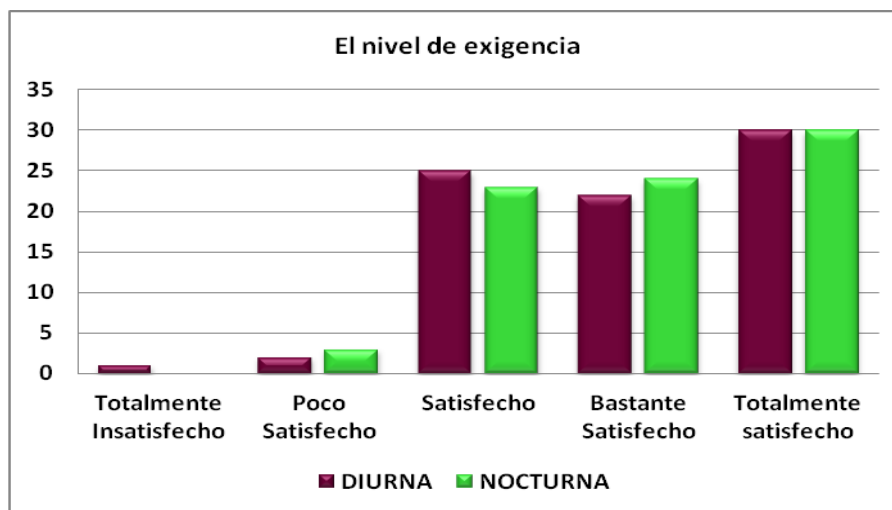


En esta pregunta podemos analizar que la gran mayoría de los estudiantes tanto de la jornada diurna como de la nocturna, están satisfechos (43.75% y 45%), y bastante satisfechos (31.25% y 35%). Pese a que la diferencia no parece ser significativa si hay mayor nivel de satisfacción en el nocturno que en el diurno. Hay un pequeño porcentaje de estudiantes diurnos (11.25%) que están poco satisfechos al respecto. En términos de lo óptimo que es la total satisfacción, la nocturna se aproxima más a ello con un 16.25%.

Igualmente a lo que ha sido la constante el nivel de satisfacción es mayor en la jornada de la nocturna. No se alcanza tampoco con el nivel crítico del 20% de total satisfacción al respecto. Lo anterior significa que hay que seleccionar mejor el personal docente, no solamente por el nivel académico alcanzado, sino también por su capacidad pedagógica y su compromiso con la actualización permanente de sus conocimientos. En las disciplinas formativas el ejemplo es fundamental no solamente para ganarse el respeto de los discentes, sino también para ser emulados.

ITEM 35: Nivel de exigencia

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	2	2,5
Satisfecho	25	31,25
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	30	37,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	3	3,75
Satisfecho	23	28,75
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	30	37,5
TOTAL	80	100



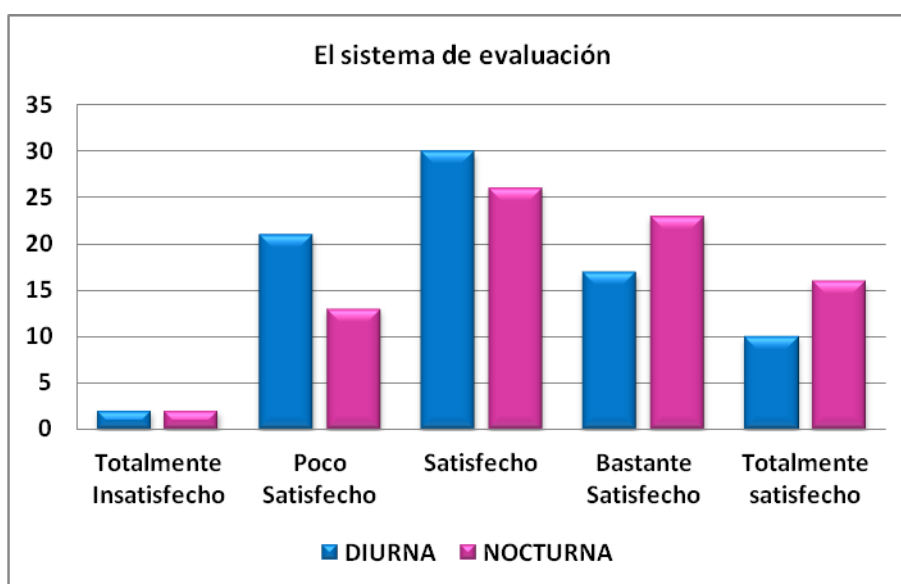
En cuanto al nivel de exigencia, la opinión es muy clara, puesto que en ambas jornadas los estudiantes se encuentran totalmente satisfechos con un porcentaje del 37.5%, mientras que en la jornada de la noche la opinión respecto a estar bastante satisfechos, es levemente mayor que la de la diurna, sin diferencia importante (30% y 27.5%).

Este es quizá el ítem de todos los evaluados que muestran claramente el máximo nivel de satisfacción, haciendo honor a la filosofía de la universidad: “la mejor para los mejores”, respecto a los niveles de exigencia de los docentes. Igual llama la atención que al respecto hay un empate en el porcentaje de total satisfacción entre las dos jornadas, lo cual significa que el nivel de exigencia no es inferior en la jornada nocturna pese a que en la mayoría de las universidades se ejerce una mayor flexibilidad con el estudiante nocturno por sus circunstancias laborales que les resta tiempo de estudio.

Igualmente lo anterior demuestra que los alumnos univallunos están alineados con la filosofía exigente de la universidad, y que valoran dicha situación al sentirse totalmente satisfechos con que los docentes sean de alta exigencia académica. Hoy en día los estudiantes exigen una educación de alta calidad donde les brinden las habilidades y conocimientos que puedan desempeñar en el ámbito laboral porque en gran medida es lo que las empresas exigen.

ITEM 36: Sistemas de evaluación

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	21	26,25
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	17	21,25
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	13	16,25
Satisfecho	26	32,5
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	16	20
TOTAL	80	100



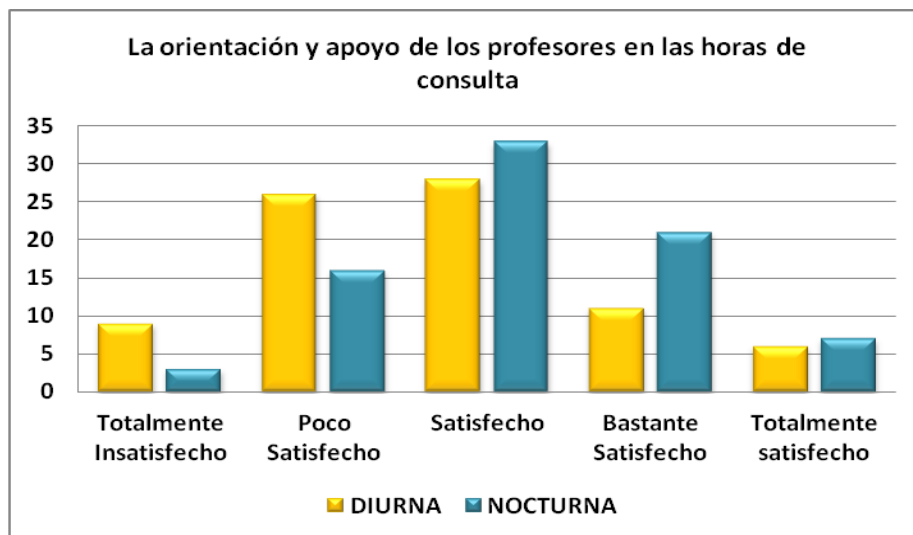
En cuanto a los sistemas de evaluación, los estudiantes de la jornada diurna están menos satisfechos que los de la nocturna. Obsérvese que pese a que en la opción de satisfacción, son los de la jornada diurna los que tienen mayor porcentaje que los de la nocturna, en las opciones restantes del nivel de satisfacción, son inferiores. Igualmente en la opción poca satisfacción la jornada diurna tiene un

mayor porcentaje, siendo al parecer significativo. Sin embargo al mirar la opción totalmente satisfechos, es la jornada nocturna la que alcanza el nivel óptimo del 20%, más no así la jornada diurna con un 12.5%.

Sería necesario indagar para conocer qué ocurre con las evaluaciones que los docentes llevan a cabo en sus cursos en la jornada diurna como para que los alumnos no estén totalmente satisfechos en un buen porcentaje. No es desconocido que la evaluación es quizá uno de los temas más complejo y discutido de la labor docente. Se trata de ser objetivos para poder medir con validez y confiabilidad los niveles de asunción y aprendizaje de los contenidos académicos y los niveles de desarrollo de habilidades y competencias.

ITEM 37: Orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	9	11,25
Poco Satisfecho	26	32,5
Satisfecho	28	35
Bastante Satisfecho	11	13,75
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	33	41,25
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	7	8,75
TOTAL	80	100

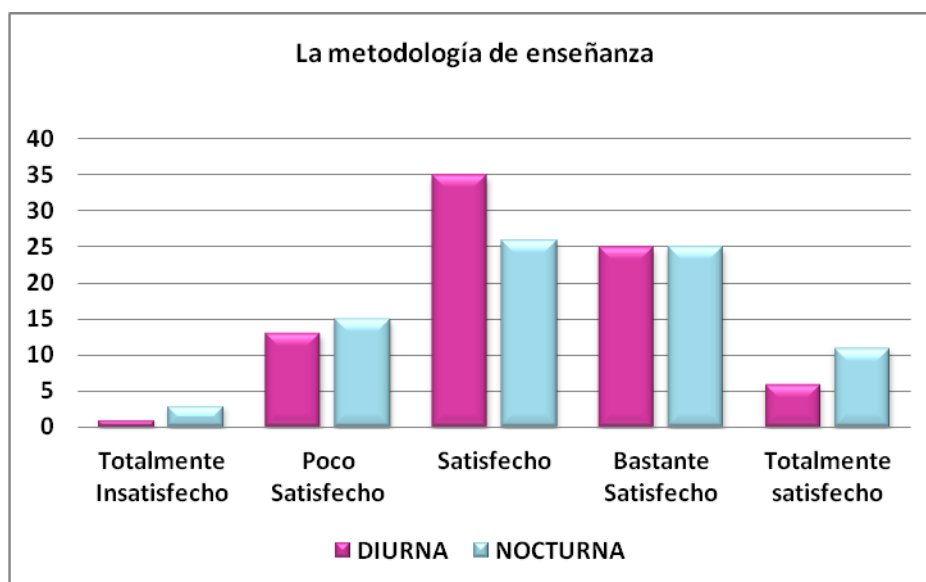


En cuanto a la orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta, podemos ver que los estudiantes de la jornada diurna se encuentran poco satisfechos (32.5%), y sin embargo existe algunos estudiantes de la misma jornada, y en mayor porcentaje que se encuentran satisfechos con un 35%. En relación a la opinión de la jornada nocturna, Su mayor porcentaje está en la opción satisfechos con un 41.25% y en segundo lugar bastante satisfechos con un 26.25%. El nivel de poca satisfacción es menor que en la jornada diurna con un 20%, siendo igualmente alto. Lo que si vale la pena resaltar es que el nivel de total satisfacción es muy bajo para ambas jornadas, alcanzando solamente el 7.5% la jornada diurna y el 8.75% la nocturna.

Lo anterior podría ser consecuencia de la falta de docentes de tiempo completo y medio tiempo o dedicación exclusiva. Los profesores catedráticos, a quienes solamente se les paga su labor de dar la cátedra asignada, no tienen la disponibilidad de asesorar estudiantes por cuanto trabajan en otras instituciones educativas en su gran mayoría y por cuanto ese tiempo no les sería reconocido. En términos definitivos, e independiente de las causas, los profesores no están acompañando a los estudiantes en el proceso de aprendizaje ni de la manera adecuada, ni mucho menos de la forma en que lo requiere el estudiantado.

ITEM 38: Metodología de enseñanza

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	13	16,25
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	15	18,75
Satisfecho	26	32,5
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	11	13,75
TOTAL	80	100

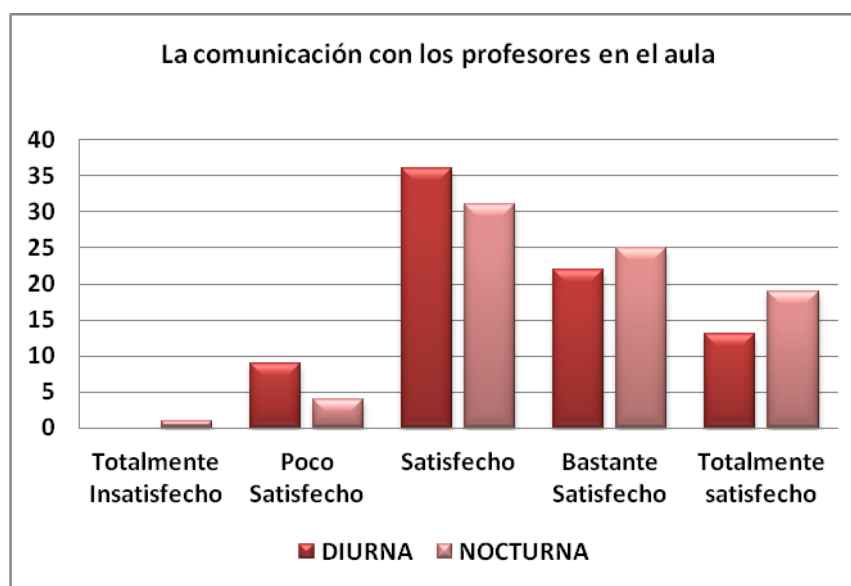


Según el estudio podemos ver que está muy fragmentada la opinión sobre la metodología de enseñanza en ambas jornadas. Quizá los porcentajes a revisar sean los de poco satisfechos, que son altos en ambas jornadas (16.25% y 18.75% respectivamente), y muy bajos los de total satisfacción para ambas jornadas con 7.5% y 13.75% respectivamente. Lo anterior significa que hay que revisar dichas metodología que están empleando los docentes a la hora de impartir sus cursos

por cuanto no están generando la satisfacción adecuada en los alumnos. Hay que recordar que la metodología es fundamental para motivar el aprendizaje. Quizá se requiera que a los títulos académicos que suman en el currículum vitae de un docente se sume una formación verdaderamente docente, es decir; una formación en pedagogía que los cualifique mejor a la hora de enseñar.

ITEM 39: Comunicación con los profesores en el aula

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	0	0
Poco Satisfecho	9	11,25
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	13	16,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	4	5
Satisfecho	31	38,75
Bastante Satisfecho	25	31,25
Totalmente satisfecho	19	23,75
TOTAL	80	100



Según el resultado de esta investigación se nos muestra que la comunicación de los profesores con sus estudiantes es muy buena ya que la mayoría de los colegiales de ambas jornadas se encuentran en un alto porcentaje satisfechos (45% y 38.75%). Igualmente se encuentran bastante satisfechos en segundo lugar con 27.5% y 31.25%. Pero quizá lo más importante es que en términos de total satisfacción, los porcentajes son, para la jornada diurna casi óptimo con un 16.25% y óptimo para la jornada nocturna con un 23.75%.

Lo anterior es quizá una de las fortalezas más importante que tiene la universidad del Valle, sede Palmira, en cuanto a manejar una buena comunicación ya que esta depende de muchas variables del proceso enseñanza-aprendizaje, y por eso una buena comunicación es sinónimo de compromiso y de respeto con el estudiantado.

ITEM 40: Formación práctica

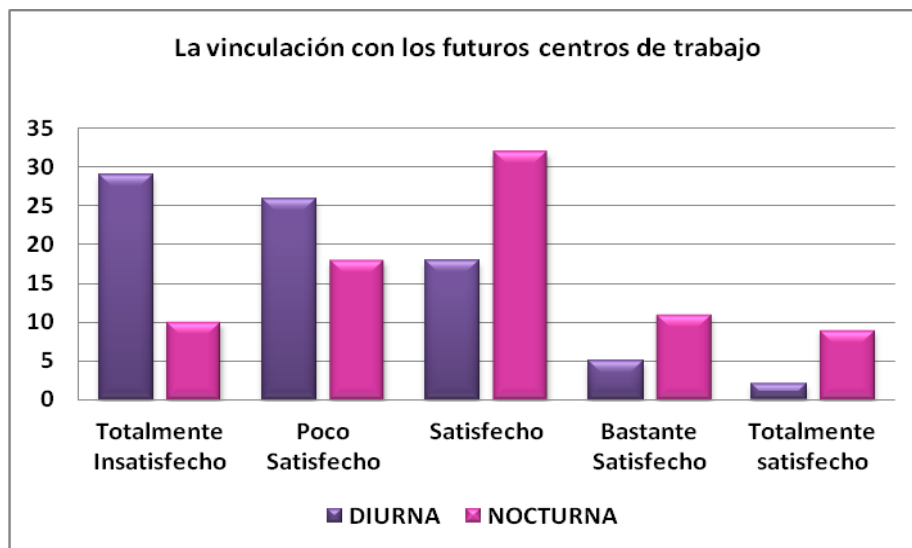
Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	19	23,75
Poco Satisfecho	22	27,5
Satisfecho	22	27,5
Bastante Satisfecho	16	20
Totalmente satisfecho	1	1,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	18	22,5
Satisfecho	24	30
Bastante Satisfecho	23	28,75
Totalmente satisfecho	12	15
TOTAL	80	100

En cuanto a la formación práctica, es curioso ver cómo los resultados muestran que mientras la jornada diurna tiende a la total insatisfacción, la nocturna tiende a la total satisfacción, y es precisamente este aspecto el que realmente las

diferencia. De esta manera frente a la opción de respuesta satisfechos, no hay prácticamente diferencia pues es del 27.5% para la jornada diurna y del 30% para la nocturna. Lo mismo acontece con la opción poco satisfechos que es del 27.5% y 22.5% respectivamente. Sin embargo en lo concerniente a la respuesta totalmente insatisfechos el porcentaje es altísimo para la jornada diurna con un 23.75% y muy bajo para la jornada nocturna con un 3.75% y frente a la opción totalmente satisfechos, es lo contrario, para la jornada diurna es del 1.25% y para la jornada nocturna es del 15%. Igualmente estos últimos porcentajes no son óptimos. Al parecer lo anterior es consecuencia de lo que hemos venido sosteniendo a lo largo del análisis de los resultados, que los estudiantes de la nocturna tienen la percepción que se forman más de manera práctica por cuando tienen la posibilidad de poner en práctica lo aprendido en las empresas en que laboran. A cambio los estudiantes de la jornada diurna deben resignarse a la información y teoría que reciben sin ninguna o con poca posibilidad de ponerlo en práctica. Hay que tomar medidas para que los estudiantes de la jornada diurna tengan acceso a prácticas empresariales para que puedan desarrollar experticia en la aplicación de la teoría aprendida.

ITEM 41: Vinculación con los futuros centros de trabajo

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	29	36,25
Poco Satisfecho	26	32,5
Satisfecho	18	22,5
Bastante Satisfecho	5	6,25
Totalmente satisfecho	2	2,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	10	12,5
Poco Satisfecho	18	22,5
Satisfecho	32	40
Bastante Satisfecho	11	13,75
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100



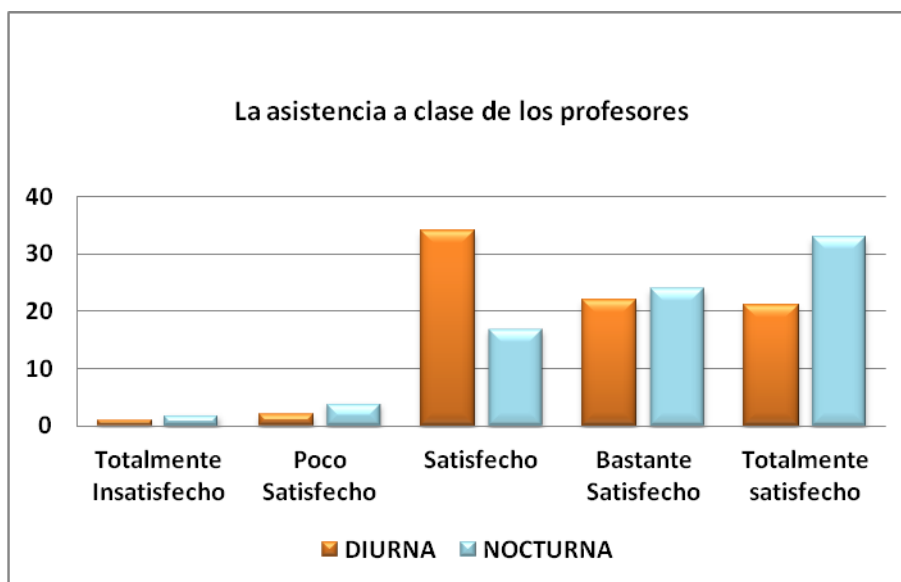
Lo observado en el ítem pasado también ocurre para el presente, ya que la jornada diurna tiende a la total insatisfacción y la nocturna a la total satisfacción. Sin embargo es más significativa para la jornada diurna la tendencia hacia la total insatisfacción. Puede apreciarse cómo para la jornada diurna la total insatisfacción es del 36.25% siendo un porcentaje muy alto, frente a un 11.25 de la jornada nocturna, no siendo tan alto. Respecto a la opción poco satisfechos, igualmente para la jornada diurna el porcentaje es mayor con un 32.5%, mientras que para la jornada nocturna es del 22.5% que también es alto. Aquí puede empezar a notarse la diferenciación en las tendencias, dado que para la jornada diurna, la opción de satisfacción alcanzó un porcentaje del 22.5% y la jornada nocturna alcanzó un 40%. Al ver los resultados frente a la total satisfacción se tiene un porcentaje para la nocturna del 11.25% mientras que la jornada diurna tiene un 2.5% que es un porcentaje bajísimo.

Igualmente ninguna de las dos jornadas alcanza los porcentajes idóneos del 20% respecto a la total satisfacción. Haciendo un análisis retrospectivo de los otros ítems analizados hasta el momento se podría afirmar que la parte más álgida respecto a los niveles de satisfacción con el servicio, tiene que ver con las posibilidades de aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas de clase y

con las posibilidades laborales posteriores a egresarse. Se requiere que la universidad haga mayor hincapie en las practicas empresariales para lograr que los estudiantes obtengan un campo laboral amplio.

ITEM 42: Asistencia a clase de los profesores

Jornada diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	1	1,25
Poco Satisfecho	2	2,5
Satisfecho	34	42,5
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	21	26,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	2	2,5
Poco Satisfecho	4	5
Satisfecho	17	21,25
Bastante Satisfecho	24	30
Totalmente satisfecho	33	41,25
TOTAL	80	100

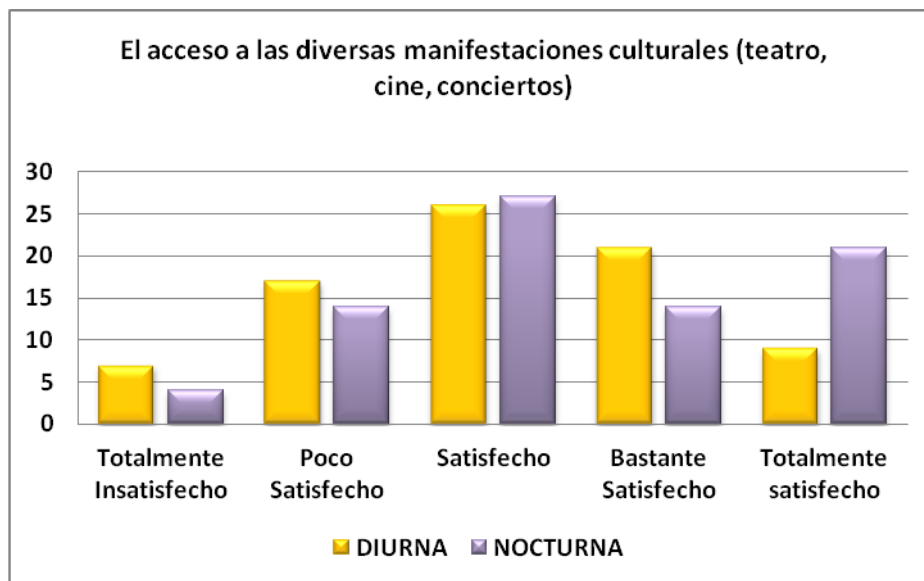


Como puede apreciarse la satisfacción frente a la asistencia de los profesores es muy buena pues los estudiantes de ambas jornadas así lo manifiestan en sus respuestas. El mejor indicador son los porcentajes alcanzados en la opción de respuesta totalmente satisfechos que fue del 26.5% para la jornada diurna y del 41.25% para la jornada nocturna.

Este es quizá el segundo ítem en orden de importancia en el que se alcanzan niveles de satisfacción muy altos y casi que en igualdad de condiciones para las dos jornadas. Lo anterior indica que al parecer los profesores tienen un alto nivel de compromiso con el cumplimiento de su labor, lo cual a su vez indica que hay respeto hacia el estudiante. Igualmente no se puede descartar que dicho comportamiento sea consecuencia de la cultura institucional en la que se ha impuesto la necesidad de dar la clase o recuperarla para poder que sea pagada económicamente hablando.

ITEM 43: Acceso a las diversas manifestaciones culturales (teatro, cine, conciertos)

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	7	8,75
Poco Satisfecho	17	21,25
Satisfecho	26	32,5
Bastante Satisfecho	21	26,25
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	4	5
Poco Satisfecho	14	17,5
Satisfecho	27	33,75
Bastante Satisfecho	14	17,5
Totalmente satisfecho	21	26,25
TOTAL	80	100

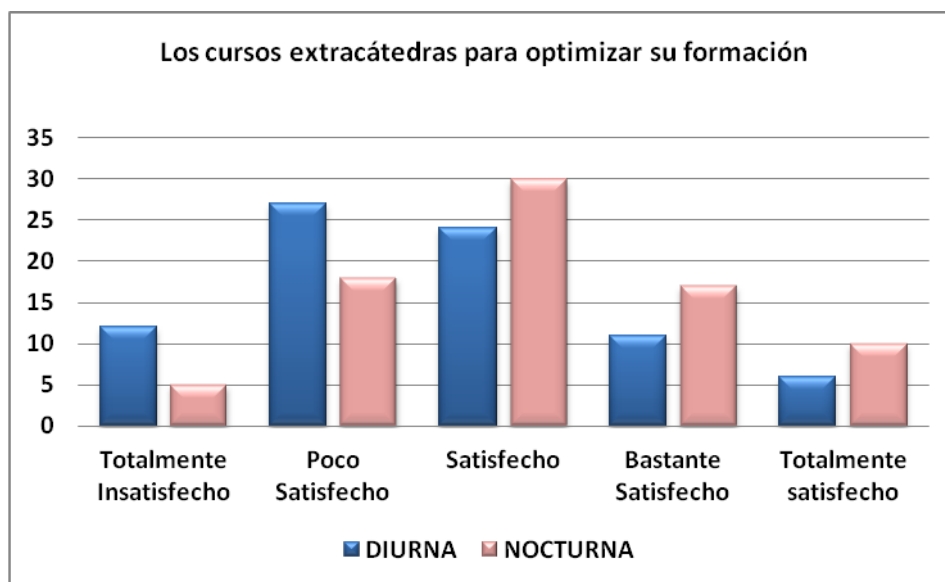


En cuanto al acceso a las diversas manifestaciones culturales, ambas jornadas parecen tener mucha similitud en sus respuestas. Si se aprecian los niveles de total insatisfacción, es la jornada diurna la más insatisfecha y si se observa la opción de total satisfacción se observa que es la jornada nocturna la más satisfecha. De acuerdo con los cánones del servicio al cliente solamente la jornada nocturna tiene un porcentaje óptimo con un 26.25%. Es necesario trabajar más para que la jornada diurna tenga una mejor percepción de este servicio y mejore a su vez sus niveles de total satisfacción. No podemos olvidar que la universidad es considerada la institución en la cual ocurre el mayor proceso de biodiversificación cultural, y a su vez, de culturización.

Habría que determinar si los niveles de insatisfacción pueden deberse a que los estudiantes no están motivados a participar de los diversos eventos culturales ya sea por sus limitaciones, los horarios en que se realizan o porque no son de su agrado.

ITEM 44: Cursos extra cátedras para optimizar su formación

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	12	15
Poco Satisfecho	27	33,75
Satisfecho	24	30
Bastante Satisfecho	11	13,75
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	5	6,25
Poco Satisfecho	18	22,5
Satisfecho	30	37,5
Bastante Satisfecho	17	21,25
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100

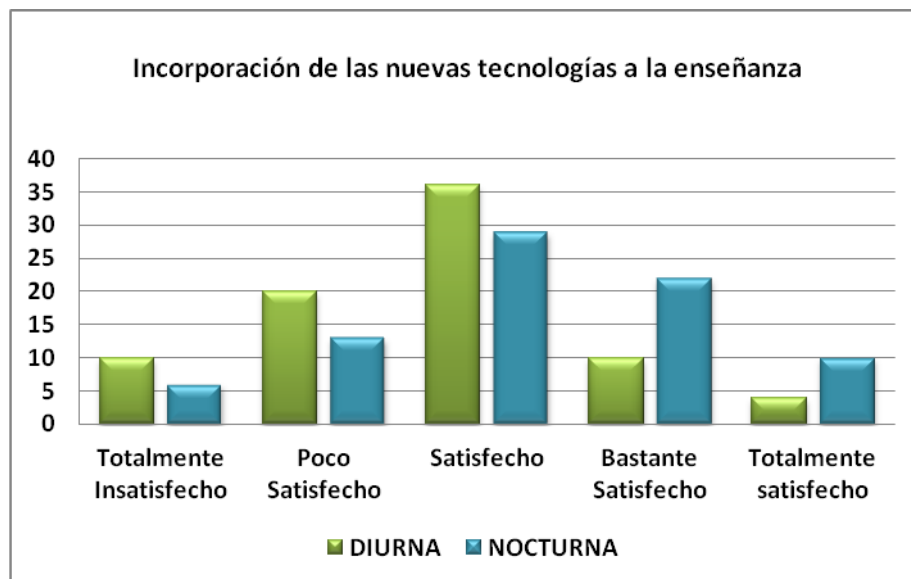


Como en la casi mayoría de los ítems, parece que la jornada nocturna muestra más altos niveles de satisfacción que la jornada diurna. Aquí puede apreciarse que los niveles de satisfacción aumentan para los estudiantes de la nocturna y disminuyen para los de la diurna. Al respecto los de la jornada diurna están poco satisfechos y totalmente insatisfechos, mientras que los de la jornada nocturna están entre satisfechos y totalmente satisfechos.

Lo anterior indica que le hace falta a la universidad promover otros cursos de actualización o complementación a los de formación curricular para que haya un mayor nivel de satisfacción al respecto y dada la importancia que ello tiene para una formación mucho más integral del futuro profesional.

ITEM 45: Incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	10	12,5
Poco Satisfecho	20	25
Satisfecho	36	45
Bastante Satisfecho	10	12,5
Totalmente satisfecho	4	5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	6	7,5
Poco Satisfecho	13	16,25
Satisfecho	29	36,25
Bastante Satisfecho	22	27,5
Totalmente satisfecho	10	12,5
TOTAL	80	100

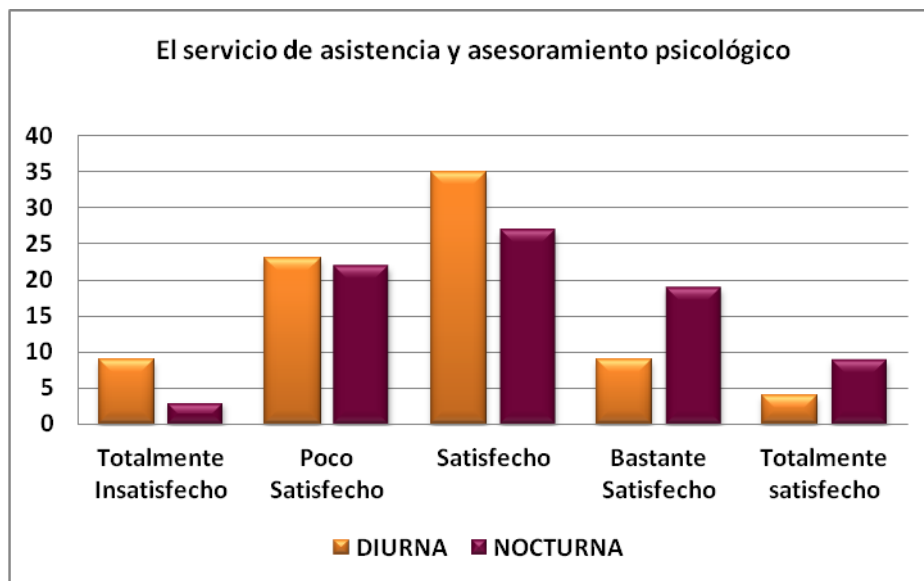


La opinión en general sobre la incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza es buena ya que los estudiantes de ambas jornadas se encuentran satisfechos (45% y 36.25% respectivamente. Pese a lo anterior los niveles de total satisfacción, son bajos con tan solo el 5% para la jornada diurna y 12.5% Para la nocturna.

Sabemos que para lograr calidad académica es indispensable incorporar las nuevas tecnologías, pero quizá el problema de percepción es por aquello que podemos entrar en dependencia de ella, o porque no es utilizada de manera racional y eficiente. Debe introducirse de manera progresiva para no generar mayor trastornos a la hora de hacerlo. Tampoco se puede olvidar la resistencia natural que muestran los seres humanos frente al cambio, y mucho más si éste es de imprevisto.

ITEM 46: Servicio de asistencia y asesoramiento psicológico

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	9	11,25
Poco Satisfecho	23	28,75
Satisfecho	35	43,75
Bastante Satisfecho	9	11,25
Totalmente satisfecho	4	5
TOTAL	80	100
Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	3	3,75
Poco Satisfecho	22	27,5
Satisfecho	27	33,75
Bastante Satisfecho	19	23,75
Totalmente satisfecho	9	11,25
TOTAL	80	100

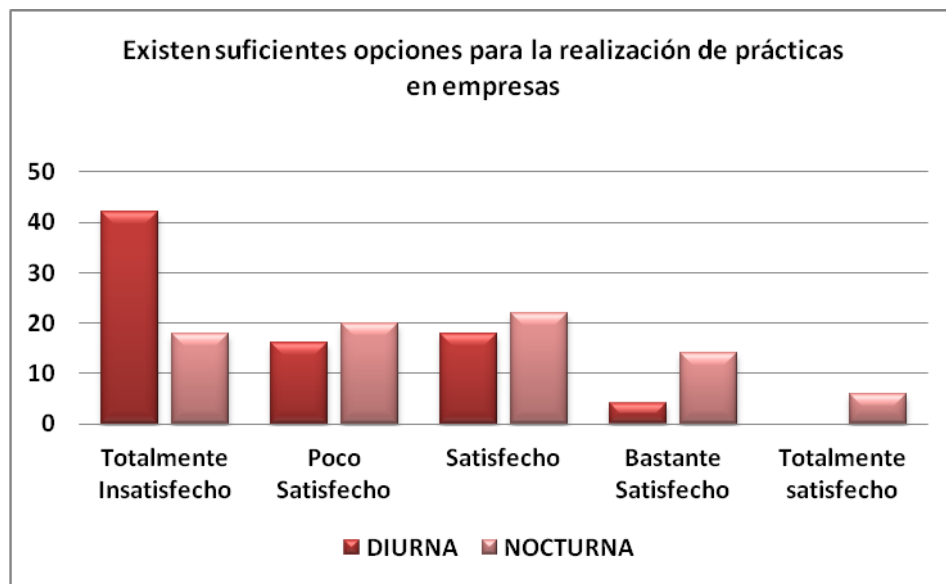


En cuanto a la opinión sobre el servicio de asistencia y asesoramiento psicológico, en ambas jornadas puede observarse prácticamente el mismo nivel de poca satisfacción al respecto con 28.75% y 27.75% cada una. Respecto al nivel de satisfechos es más alto en la jornada diurna que en la nocturna con 43.75% y 33.75% respectivamente. El nivel de poca satisfacción es alto para ambas jornadas (28.75% y 27.5%). Y finalmente el nivel de total satisfacción es muy bajo con 5% y 11.25% respectivamente. Quizá el acceso es más probable en la jornada diurna que en la nocturna por los horarios de atención, los cuales quizá no se extienden a la noche. No se puede obviar este resultado por cuanto la estabilidad emocional es una variable fundamental para el rendimiento académico.

ITEM 47: Suficientes opciones para la realización de prácticas en empresas

Jornada Diurna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	42	52,5
Poco Satisfecho	16	20
Satisfecho	18	22,5
Bastante Satisfecho	4	5
Totalmente satisfecho	0	0
TOTAL	80	100

Jornada Nocturna	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
Totalmente Insatisfecho	18	22,5
Poco Satisfecho	20	25
Satisfecho	22	27,5
Bastante Satisfecho	14	17,5
Totalmente satisfecho	6	7,5
TOTAL	80	100



Al parecer uno de los puntos más críticos en cuanto a la calidad del servicio al cliente percibido por los estudiantes, es el de los aspectos prácticos. Tal y como puede apreciarse en esta gráfica, los niveles de total insatisfacción son muy altos, siendo más altos para la jornada diurna, 52.5% y 22.%. La diferencia al respecto es bastante significativa entre las dos jornadas pero igualmente son altos los porcentajes para ambas. Al observar los porcentajes de la respuesta totalmente satisfechos, la jornada diurna está en 0% y la nocturna en 7.5%.

Sin temor a equivocarnos podemos afirmar que este es el ítem que mayor niveles alcanza de total insatisfacción para ambas jornadas. Como ya lo afirmamos en

análisis anteriores, es sumamente importante que la universidad abra espacios empresariales para sus practicantes.

7. ANÁLISIS GENERAL

El grado de satisfacción de los estudiantes de la universidad del valle sede Palmira en el programa de administración de empresas se encuentra dentro de los parámetros satisfactorios. Esto se evidencia en los valores promedio obtenidos por los indicadores, los cuales al ser comparados, permiten establecer que los clientes perciben el servicio que reciben con niveles inferiores a sus expectativas ideales y paralelamente con un nivel superior a la expectativa mínima tolerable; es decir por encima de lo que el cliente está dispuesto a aceptar, mas no están totalmente satisfechos con lo que les ofrece la universidad.

La organización de la enseñanza se encuentra en un promedio satisfactorio donde la carga electiva, los tiempos de duración y la distribución de los exámenes están siendo aprobados por los estudiantes. En cuanto al servicio de la institución los estudiantes de la jornada diurna están bastante satisfechos con el servicio que ofrece la biblioteca mientras que la jornada nocturna está totalmente satisfecha, claro que están inconformes con los fondos bibliográficos ya que son insuficientes e igualmente con el acceso a computadoras disponibles para uso estudiantil, la cual no es suficiente para la población universitaria que existe en el momento. En cuanto el servicio de la calidad en el programa de administración de empresas ambas jornadas están satisfechas respecto a la atención de la secretaria, mostrando así total satisfacción por la atención de la coordinadora académica la cual los estudiantes se sienten a gusto con el compromiso que desempeña, la cual tiene un horario de atención a los alumnos para ambas jornadas, por ende se sienten satisfechos porque la coordinación da respuesta oportuna a las resoluciones mostrando un grado de compromiso con los estudiantes.

En cuanto al plan de estudio y estructura la jornada diurna está bastante satisfecha con el contenido del programa en el semestre ya que contiene una información amplia y detallada en cuanto a los objetivos y metodología de clases y criterio de evaluación, mientras que la jornada nocturna está satisfecha por lo

anteriormente mencionado. En cuanto a la malla curricular si se encuentra bien definida, los estudiante de la jornada diurna están satisfechos pero sin omitir que también hay un alto grado de inconformidad ya que un 23,7% están poco satisfechos con la malla curricular que tiene la universidad para ofrecerles a los estudiantes, mientras que los estudiante de la jornada nocturna si están bastante satisfechos con este proceso. Otro punto a tratar es que los estudiantes están satisfechos porque hay coherencia respecto a la materia enseñada con las clases dadas, también porque el profesor maneja claridad en las pautas en relación a la evaluación. Ambas jornadas de estudio se encuentran satisfechas con la disponibilidad de analizar y discutir las evaluaciones en clase, pero hay un porcentaje significativo 31,2% en donde la jornada diurna esta poco satisfecha con este punto anteriormente mencionado. Ambas jornadas se encuentran satisfechas en el momento que van hacer algún apelación al profesor respecto a las notas dadas, además porque el profesor muestra interés por verificar y solucionar el problema respecto a la nota impuesta y en la corrección oportuna de los parciales ya que hacen entrega de ellos en la fecha estipulada por parte del docente, claro sin descuidar un 28,7% de los estudiante de la jornada diurna que se encuentran poco satisfechos con la entrega a tiempo de los parciales.

En cuanto al acceso y atención al alumnado los estudiantes de ambas jornadas se encuentran satisfechos porque es eficaz tienen un grado de compromiso con los estudiantes. La jornada diurna se encuentra poco satisfecha con un porcentaje de 33,7% y la otra mitad con un 33,7% satisfecho con el programa de desarrollo personal y de inserción laboral ya que para algunos no es adecuado, generando insatisfacción y para la otra mitad si están conformes con el punto planteado anteriormente. Los estudiantes de la jornada diurna están satisfechos, mientras que los de la jornada nocturna están bastante satisfechos con las actividades complementarias extracurriculares que nos brinda el programa de administración de empresas para la formación integral del alumno.

En cuanto a los conocimientos básicos de los estudiantes de la jornada diurna se encuentran satisfechos en general con los conocimientos y habilidades que ha desarrollado en el transcurso de la carrera, mientras que al jornada nocturna esta entre satisfecho y bastante satisfecho ya que lo que ellos han adquirido en funciones se demandan en el mundo laboral. Los estudiantes de ambas jornadas están satisfechos con las actividades prácticas desarrollada en los estudios, reflejan la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión pero sin descuidar que algunos estudiantes de la jornada diurna con un porcentaje significativo de 31,2% están poco satisfechos porque el programa no está comprometido de una forma directa con las clases prácticas sino su gran mayoría es teórica bueno a diferencia de los de la nocturna porque ellos realizan el trabajo practico donde desempeñan su profesión laboral. Por lo anterior el estudiante de la jornada diurna están poco satisfechos con los conocimientos adquiridos ya que son muy diferentes las clases teóricas a la práctica, a diferencia de la nocturna que si están satisfechos.

Las condiciones de seguridad respecto a la institución, en cuanto al edificio en general y las instalaciones deportivas ambas jornadas están satisfechas con la seguridad que les brinda la universidad internamente, mientras que en los alrededores de la institución aunque están satisfechos la mayoría de los encuestados no están conformes con la seguridad externa de la universidad llegando a tal grado de generar insatisfacción por parte de los estudiantes.

Respecto al proceso de enseñanza-aprendizaje, los estudiantes del programa de administración de empresas se encuentran satisfechos con la enseñanza que les brinda el plantel educativo, en cuanto al plan de estudio de la carrera, el contenido de las asignaturas los materiales impresos y audiovisuales disponibles, el dominio de los contenidos, la actualización de los profesores, el nivel de exigencia que tiene el programa con los estudiantes y el sistema de evaluación. Aunque los estudiantes están satisfechos en la orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta hay una cifra significativa de insatisfacción porque no hay

profesores de planta y por ende es de difícil acceso para el estudiante en su orientación profesional.

En cuanto a la metodología de la enseñanza y a la comunicación con los profesores en el aula es satisfactorio para los estudiantes. Respecto a la formación práctica tiene un grado de insatisfacción y se encuentran totalmente insatisfechos con la vinculación a futuros centros de trabajo. Referente a la asistencia a clase de los profesores los estudiantes están entre satisfacción y total satisfacción con el compromiso de los profesores a la hora de ir a dictar las clases.

La jornada diurna esta poco satisfecha con los cursos extra cátedras ya que casi no se pone en funcionamiento esta modalidad y podemos ver que esto ayuda a optimizar su formación, mientras que la jornada nocturna está satisfecha con este contexto. En cuanto a la incorporación de las nuevas tecnologías de la enseñanza los estudiantes se encuentran satisfechos con los nuevos avances tecnológicos que la universidad está implementando en su educación. Con un porcentaje de 52,5% por parte de la jornada diurna está totalmente insatisfecha, seguido de la jornada nocturna que también tiene un gran índice de insatisfacción porque no hay suficientes opciones para la realización de prácticas empresariales.

8. CONCLUSIONES

- ✓ La calidad de las instituciones debe visualizarse en un sentido integral donde cada uno de los elementos que conforma la educación se vea como uno solo, donde todos sus componentes se contribuyan a un sistema de alta calidad que no solo se vea en algunas áreas o proceso de la universidad sino en un conjunto general globalizado, ya que la universidad tiene que estar en constante mejoramiento ya que ella es la encargada de perfeccionar al ser humano para que sea capaz de entrar a un mercado competitivo el cual solo de sus capacidades y conocimiento podrá estar activo en una sociedad.

- ✓ La enseñanza y el aprendizaje debe de estar enmarcada de ciertos aspectos que nos ayuden a determinar el nivel de exigencia del mercado, la cual no debe ser aislada sino debe de estar unida en un contexto tanto social, cultural y personal, social y cultural porque es lo que nos esta exigiendo día tras día el mercado la cual nos obliga a ser mas exigentes con la educación que recibimos, por eso el estudiantado exige que se satisfaga su necesidad para tener un crecimiento personal.

- ✓ Con la presente investigación sobre el grado de satisfacción de los estudiante del programa de administración de empresas, conlleva a determinar que existe una alta probabilidad que hay insatisfacción por parte de los estudiantes hacia algunos indicadores que se plantearon en la investigación. Esto se debe a que están recibiendo simplemente un servicio dentro de unos parámetros aceptables que solo cubren partes de sus expectativas, más no con unos niveles de calidad que les brinde las necesidades de una total satisfacción.

- ✓ Todos los hallazgos encontrados en la presente investigación, señalan que existen muchas oportunidades de mejora en relación a la calidad de servicio y el proceso educativo que brindan actualmente la universidad del valle sede Palmira; ya que no es solo lograr la satisfacción del cliente, sino que esos niveles de satisfacción superen, o por lo menos estén lo más cercano posible a sus expectativas ideales de manera que se puedan lograr fidelidad y permanencia en el tiempo de estudio y nuevos clientes.

- ✓ Las empresas de hoy en día le están apostando a los estudiantes, están creyendo en ellos y les están dando la posibilidad de que tengan experiencia en el mundo laboral, los estudiantes de administración de empresas saben la importancia de salir de la universidad con una experiencia laboral, porque se ve la exigencia del mercado, por consiguiente los estudiantes de la universidad están totalmente insatisfechos con la realización de prácticas empresariales porque no ven a la universidad comprometida con los estudiantes con esta opción ya que debería ser una obligación por parte de la universidad la realización de prácticas empresariales para la culminación de su carrera ya que esto genera mayores opciones de trabajo y una mayor motivación al estudiantado.

- ✓ La información generada por las unidades de empleo debería ser aprovechada para la mejora de las enseñanzas dentro de la universidad, ya que esto permite a los estudiantes que tengan oportunidad en un ámbito laboral, para la toma de decisiones, lo cual esta información debería ser ofrecida a la universidad para los estudiante, de forma que pueda haber una mejora continua en la calidad de la enseñanza mediante la adaptación constante a las necesidades del entorno productivo.

- ✓ Para satisfacer a los estudiantes se debe mejorar tanto el servicio educativo, en referencia que los estudiantes estén satisfechos con lo que reciben por parte de la institución en su formación académica, lo cual es un factor importante para el desarrollo intelectual del alumnado. La universidad debería estar más pendiente de lo que verdaderamente necesitan los estudiantes ya que de ellos depende que la universidad sea líder en el mercado por su alta calidad y sobre todo porque escuchan y saben que es lo que quieren los estudiantes, obteniendo altos grados de satisfacción por sus clientes.

9. RECOMENDACIONES

- ✓ Se recomienda realizar constantes estudios de tiempos y movimiento para así identificar factores que puedan causar fatiga física y mental, permitiendo generar dinámicas que ayuden a los estudiantes a sobre llevar el ritmo académico, un ejemplo claro son las pausas activas, esta recomendación nace del análisis del estudio en cuestión ya que arrojó resultados de poca satisfacción sobre la duración de las clases para algunos estudiantes de la jornada de la mañana con un porcentaje del 12.5% mientras el de la noche es del 6.25%.
- ✓ Se invita a crear campañas para donar o recolectar libros ya sea con los egresados o estudiantes que actualmente cursan alguna carrera, para la creación de un banco pero de libros esto ayudara a incrementar los fondos bibliográficos para el estudio de los mismos estudiantes.
- ✓ También se sugiere realizar un constante censo donde se identifiquen la cantidad de personas que tienen acceso a las computadoras, y con base a ese estudio se toma la decisión si aumentar ordenadores o de reducir el tiempo del préstamo de las mismas, esto permitirá minimizar los tiempos de espera de los estudiantes y disminuir el grado de insatisfacción.
- ✓ Se recomienda aumentar la velocidad del servicio del internet y la cobertura del wi-fi, esto se hace incrementando la cantidad de routers y colocándolos en sitios estratégicos, esto permitirá a los estudiantes tener acceso del internet y del correo electrónico de diferentes lugares del campus.
- ✓ Se invita a capacitar a las personas que prestan el servicio en la fotocopidora para que puedan atender mejor y más rápido a los

estudiantes que soliciten el servicio, además la entrada de una nueva fotocopidora para minimizar los tiempos de espera y así se pueda tener más satisfechos a las personas.

- ✓ Se recomienda crear espacios académicos donde los profesores y el estudiantado puedan analizar y discutir sobre los resultados de las evaluaciones, talleres, exposiciones con el objetivo de aclarar dudas oportunamente, dando como resultado un excelente proceso de retroalimentación.
- ✓ Realizar un mayor control por parte de la dirección de fechas de entrega en cuanto a los resultados de las evaluaciones para garantizarle a los estudiantes el tiempo suficiente para que aclaren errores cometidos en los parciales y puedan obtener un mejor resultado en el aprendizaje.
- ✓ Se invita a gestionar convenios y a crear programas que permitan la formación práctica de los estudiantes con el debido acompañamiento de las empresas que entren a participar en estos convenios, esto permitirá que los estudiantes comiencen a ganar experiencia y al momento de graduarse logren ejercer su profesión de manera integral con un despliegue claro de sus conocimientos y un buen desempeño en el ámbito laboral.
- ✓ También se sugiere que implementen en gran medida actividades donde los estudiantes puedan desarrollar habilidades de negociación empresarial, innovación, investigación, las cuales permitan acrecentar los conocimientos y adecuarlos en función de la demanda laboral, por ejemplo hacer salidas empresariales para que conozcan los métodos del funcionamiento que utilizan las empresas y logren relacionar la teoría con la práctica, esto

permite fortalecer los conocimientos aprendidos en la institución y a su vez se obtiene más experiencia.

- ✓ Se recomienda investigar los gustos y preferencias en cuanto a los deportes que practican los estudiantes y con base a esa información logren ampliar las instalaciones deportivas donde esté debidamente adecuada a la demanda de los estudiantes y así puedan satisfacer sus necesidades deportivas.
- ✓ Analizar el sistema de evaluación, la distribución de los porcentajes de los parciales ya que existe disconformidad, y tomar medidas correctivas para la obtención de un sistema de calificación adecuado, ya que en toda institución académica es de vital importancia pues permite medir de manera eficaz el nivel académico de cada estudiante.
- ✓ Se invita a crear programas de orientación y apoyo para el reforzamiento académico de los estudiantes, y así poder lograr el debido proceso de acompañamiento con los profesores en el aprendizaje de la comunidad estudiantil.
- ✓ Se recomienda que cuando hagan manifestaciones culturales se les permitan a los estudiantes hacer partícipes de estos eventos, pues uno de los componentes integrales de un buen profesional es la parte artística y de recreación, pues permite incrementar la motivación.
- ✓ Se sugiere que la universidad del valle debe crear o estipular en el plan de administración de empresas, las prácticas empresariales, para lograr fortalecer el conocimiento y permitir a los estudiantes iniciar su vida laboral de manera adecuada.

10. BIBLIOGRAFIA

BARANDICA, Maribel y ROLDAN, Paola Andrea. Diagnóstico de la calidad de los servicios que ofrece la universidad del valle a los estudiantes de administración. Tesis. Mayo de 2004. P. 11.

----- Diagnostico de la calidad de los servicios que ofrece la universidad del valle a los estudiantes de administración. Tesis. Mayo de 2004. P. 8.

-----_----- Tesis. Mayo de 2004. P. 9.

-----_-----_-----Mayo de 2004. P. 17, 18, 19.

BLANCO GUILLERMET, Ricardo J. y BLANCO PECK, Richard. Cuaderno de investigación en la educación. Revista # 22. Diciembre de 2007. P. 128.

BLACKWELL, Roger D., MINIARD, Paul W. y ENGEL, James F. Comportamiento del consumidor. Novena Edición. P. 175. 176. 177.

CANELA LÓPEZ, José Luis. La Gestión por Calidad Total en la Empresa Moderna. P. 17.

DOMÍNGUEZ COLLINS, Humberto. El servicio invisible fundamento de un buen servicio al cliente. Primera edición. Bogotá DC: ecoe ediciones. Enero de 2006. P.

HOROVITZ, Jacques. La calidad del servicio a la conquista del cliente. P.13.

KARL Albrecht y LAWRENCE J. Bradford. La Excelencia en el Servicio. P. 24.25.26

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Mercadotecnia. Sexta edición. P. 661.

----- Mercadotecnia. Sexta edición. P. 663. 664.

KOTLER, Armstrong. Marketing. Octava Edición, P. 350.

KOTLER, Philip. Dirección de Mercadotecnia. 8va Edición. P. 40, 41.

RIBEROS SILVA Pablo Emilio. Sistema de gestión de la calidad del servicio sea el líder en mercados altamente competidos. Ecoe ediciones. Tercera edición actualizada. P. 128.

STANTON, William J., ETZEL, Michael J. y BRUCE J., Walter. Fundamentos de Marketing. 13ª Edición, P. 672, 673, 674.

----- Fundamentos de Marketing. 13ª Edición, P. 350.

11. REFERENCIAS ELECTRONICAS

ANA Catalina Valenzuela Rettig Y CARLOS Manuel Requena. Universidad Austral De Chile. [En línea]. Valdivia – Chile 2006. Formato html. Disponible en Internet: http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/17108/2/articulo_2.pdf

ARTICULO 12.Derechos de los Estudiantes. Reglamento de proyección social. [En línea]. Disponible en Internet: http://www.cedinpro.edu.co/contenido_c/regulations/REGLAMENTO_DE_PROYECCION_SOCIAL.pdf

CENTRO VIRTUAL DE NOTICIAS DE LA EDUCACIÓN. Boletín de prensa de la universidad del valle. [En línea]. Miércoles, 10 de junio de 2009. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.mineduccion.gov.co/cvn/1665/w3-article-193163.html>

DECRETO 4790 DE 2008. El Congreso De La República De Colombia. Ministerio de educación nacional. [En línea]. Diciembre 19 de 2008. Disponible en Internet: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-179246_archivo_pdf.pdf

ISO 9001:2008. Normas 9000 herramientas i información. [En línea]. Disponible en Internet: <http://www.normas9000.com/que-es-iso-9000.html>

JOHN Tschohl. Service Quality Institute Video de la teoría del Servicio es Primero [En línea]. El 18 de Enero de 2010. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.youtube.com/watch?v=-FLR87-qFKw>

JOHN Tschohl. Service Quality Institute. <http://www.ganaropciones.com/servicioes.htm>

JORGE Everardo Aguilar Morales Y JAIME Ernesto Vargas Mendoza. Servicio al Cliente. [En línea]. Formato html. Disponible en Internet: http://www.conductitlan.net/psicologia_organizacional/servicio_al_cliente.pdf

LEY 30 DE 1992. [En línea]. El Congreso De La República De Colombia. Diciembre 28 de 1992. Disponible en Internet: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley/1992/ley_0030_1992.html

LEY 115 DE 1994. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Febrero 8 de 1994. Disponible en Internet: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf

LEY 1014 DE 2006. De fomento de la cultura de emprendimiento. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Colombia. Enero de 26 de 2006. Disponible en Internet: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-94653_archivo_pdf.pdf

LEY 1188 DE 2008. El Congreso De La República De Colombia. [En línea]. Abril 25 de 2008. Disponible en Internet: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles-159149_archivo_pdf.pdf

NEIRA I. PORTELA M. Cooperación y desarrollo: El papel de la educación en el desarrollo latinoamericano. Mayo de 2004. P. 2. Disponible en internet: <http://www.pagina-aede.org/Getafe/9.pdf>

RESOLUCIÓN 2900 DE 2007. El Congreso De La República De Colombia. Ministerio de educación nacional. [En línea]. Mayo 27 de 2007. Disponible en Internet: http://www.mineduccion.gov.co/1621/articles127452_archivo_pdf.pdf

SAMUEL Gento Palacios / MIREYA Vivas García. Universidad de los Andes. [En línea] Septiembre 2003. Formato html. Disponible en Internet: <http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2006/fev161g/doc/fev161g.pdf>

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PALMIRA. Bases para la elaboración del plan de acción 2012-2015. Mayo 2012 Disponible en internet: < http://www.palmira.univalle.edu.co/la_sede/comunicaciones/noticias/2012-May-16.php>

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID. Escuela Universitaria de Arquitectura Técnica. Formato html. Disponible en Internet: <http://www.euatm.upm.es/ANECA/anexo.pdf>

YEIDY EN PÚBLICAS, Universidades Colombia. [En línea]. Publicado el 07. Abril, 2011. Disponible en internet <http://tecnoautos.com/varios/universidades-colombia/universidad-del-valle/>

12. ANEXOS

ANEXO A. Instrumento de Medición.

Para evaluar el grado de satisfacción del servicio al cliente que tienen los estudiantes de la Universidad del Valle sede Palmira respecto al programa de Administración de Empresas que ofrece, se requiere contestar el presente cuestionario que hace parte de una investigación de trabajo de grado. La información que usted suministrará tiene carácter anónimo y es de carácter confidencial, es decir, no tiene que marcar el cuestionario con su nombre. Lo anterior para que usted pueda dar información confiable y veraz. De ante mano agradecemos su gentil y valiosa colaboración, ya que es de gran utilidad para realizar un diagnóstico de la situación actual.

DATOS PERSONALES

Edad: _____

Género: Masculino: _____ Femenino: _____

Semestre que cursa: _____

Jornada: Diurno: _____ Nocturno: _____

A continuación encontrará una serie de preguntas de selección múltiple con única respuesta. Usted deberá señalar con una «X» la opción que mejor exprese su valoración, de acuerdo con la siguiente escala:

Totalmente Insatisfecho	Poco satisfecho	Satisfecho	Bastante Satisfecho	Totalmente Satisfecho
1	2	3	4	5

1. Organización de la Enseñanza:		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
1	La carga lectiva está adecuadamente distribuida a lo largo del curso.					
2	Los tiempos de duración de las clases están bien diseñados.					
3	La distribución de los exámenes es correcta.					
2. Servicio de la Institución:		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
4	La biblioteca y sala de lectura están bien acondicionadas y tienen amplitud espacial y horaria adecuada.					
5	Los fondos bibliográficos son suficientes para el estudio (cantidad y vigencia de los libros y revistas).					
6	El acceso a computadoras para realizar trabajos académicos.					
7	El acceso a Internet y correo electrónico.					
8	Servicio de reproducción y fotocopiadora.					
9	Calidad de la atención en Secretaria del programa.					
10	Calidad de atención del respectivo Coordinador del programa.					
11	Disponibilidad de tiempo para atender a los estudiantes.					
12	Respuesta oportuna de resoluciones.					
13	Grado de compromiso con los estudiantes.					
3. El Plan de Estudio y Estructura:		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
14	Los programas contienen una información amplia y detallada (objetivos, criterios evaluación, etc.).					
15	La estructura de la Malla Curricular está bien definida.					
16	Coherencia con la materia enseñada en clases.					
17	Claridad en las pautas en relación a la evaluación.					
18	Disposición para analizar y discutir las evaluaciones.					
19	Procedimientos de apelación respecto de notas dadas.					
20	Los resultados de los parciales son corregidos oportunamente.					
4. Acceso y Atención al Alumnado:		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
21	El programa de atención al alumnado es eficaz.					
22	El programa de desarrollo personal y de inserción laboral es adecuado.					
23	Las actividades complementarias extracurriculares colaboran a la formación integral del alumno.					

5. Conocimientos Básicos		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
24	En general los conocimientos y habilidades se adecuan a las funciones que se demandan en el mundo laboral.					
25	Las actividades prácticas desarrolladas en los estudios reflejan la realidad de los principios y procedimientos usados en la profesión.					
26	Los conocimientos adquiridos tienen un adecuado equilibrio entre la teoría y la práctica.					
27	La habilidad desarrollada para la dirección y gestión empresarial me ha sido muy útil.					
6. Condiciones de Seguridad		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
28	Del edificio (salidas de emergencia, existencia de extintores).					
29	De las instalaciones deportivas.					
30	De los alrededores de la institución.					
7. Proceso de Enseñanza - Aprendizaje:		Grado de Satisfacción				
		1	2	3	4	5
31	El plan de estudios de la Carrera.					
32	El contenido de las asignaturas.					
33	Los materiales impresos y audiovisuales disponibles.					
34	Dominio de los contenidos y actualización de los profesores.					
35	El nivel de exigencia.					
36	El sistema de evaluación.					
37	La orientación y apoyo de los profesores en las horas de consulta.					
38	La metodología de enseñanza.					
39	La comunicación con los profesores en el aula.					
40	Formación práctica.					
41	La vinculación con los futuros centros de trabajo.					
42	La asistencia a clase de los profesores.					
43	El acceso a las diversas manifestaciones culturales (teatro, cine, conciertos).					
44	Los cursos extracátedras para optimizar su formación.					
45	Incorporación de las nuevas tecnologías a la enseñanza.					
46	El servicio de asistencia y asesoramiento psicológico.					
47	Existen suficientes opciones para la realización de prácticas en empresas.					